

Ермакова Светлана Сергеевна

магистр политологии,
аспирант кафедры государственного управления
и политологии
Волгоградского института управления
Российской академии народного хозяйства
и государственной службы
при Президенте Российской Федерации

**ДОВЕРИЕ РОССИЙСКОГО
ОБЩЕСТВА К СМИ:
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ
И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Аннотация:

В статье рассматривается проблема уровня общественного доверия к СМИ. Показатель институционального доверия характеризует степень социально-политической стабильности в государстве. В связи с этим во многих странах, в том числе в России, периодически проводится мониторинг отношения населения к разным институтам общества, включая СМИ. Автор, проанализировав динамику уровня доверия россиян к массмедиа за 2001–2016 гг., предложил три сценария дальнейшего развития событий.

Ключевые слова:

власть, государственное управление, институциональное доверие, общество, политический порядок, средства массовой информации, уровень доверия.

Ermakova Svetlana Sergeevna

Master of Political Science,
PhD student, Public Administration
and Political Science Department,
Volgograd Institute of Management,
Russian Presidential Academy of
National Economy and Public Administration

**THE RUSSIAN SOCIETY'S TRUST
IN THE MASS MEDIA:
CURRENT STATE
AND DEVELOPMENT PROSPECTS**

Summary:

The article deals with the problem of Russian public's trust in the media. The indicator of institutional trust describes the degree of social and political stability in the country. In this regard, in many countries, including Russia, from time to time there is a monitoring aimed to identify the population's attitude to the various institutions of the society, including the mass media. By analyzing the dynamics of the Russian society's trust in the mass media in 2001–2016, the author considers three scenarios of its further development.

Keywords:

power, public administration, institutional trust, society, political order, mass media, level of trust.

Процесс государственного управления во многом определяется легитимностью действующей политической власти, которая в свою очередь обеспечивается за счет одобрения и принятия большинством населения проводимого политического курса. Сообразно этому общественное мнение стало одним из важнейших элементов социально-политического управления. Основным массовым каналом, обеспечивающим постоянную коммуникативную связь между властью и гражданами, являются средства массовой информации (СМИ), что обусловлено выполняемой ими ролью ключевого источника информации, а также присущими им характеристиками, среди которых широкий охват аудитории, оперативность подачи сообщений, доступ к информации практически во всех сферах жизнедеятельности общества и т. д.

Исходя из того что массмедиа выступают одним из главных каналов, реализующих связь между властью и населением, немаловажное значение здесь играет доверие со стороны граждан к обоим социальным институтам. Оно является важнейшим компонентом обеспечения эффективности вертикальных и горизонтальных общественных отношений и связей, стабильности социально-политической системы, а также представляет собой индикатор продуктивности и значимости различных социальных институтов [1]. В свое время американский социолог А. Селигмен отмечал, что основой поддержания социального порядка в долговременной перспективе является доверие [2, с. 7], в том числе институциональное. Ряд отечественных исследователей также считают, что существует связь между уровнями доверия населения к массмедиа и к государственным органам власти [3]. Так, проявление недоверия к СМИ порождает угрозу нарушения коммуникативной связи между обществом и властью, а также дефицит доверия к последней. Такое развитие событий в перспективе может способствовать росту протестных настроений или гражданского абсентеизма и даже привести к дестабилизации социально-политической обстановки в государстве. Для выявления и предупреждения подобных явлений во многих странах периодически проводится мониторинг доверия населения различным социальным институтам, в том числе СМИ. Россия в этом плане не является исключением. За последние годы в стране был проведен ряд таких исследований. Попытаемся проанализировать их результаты.

Для составления диаграммы изменения уровня доверия россиян к массмедиа (рис. 1) были использованы данные социологических опросов таких исследовательских центров, как ВЦИОМ, ЦИРКОН, ФОМ и некоторых других [4].

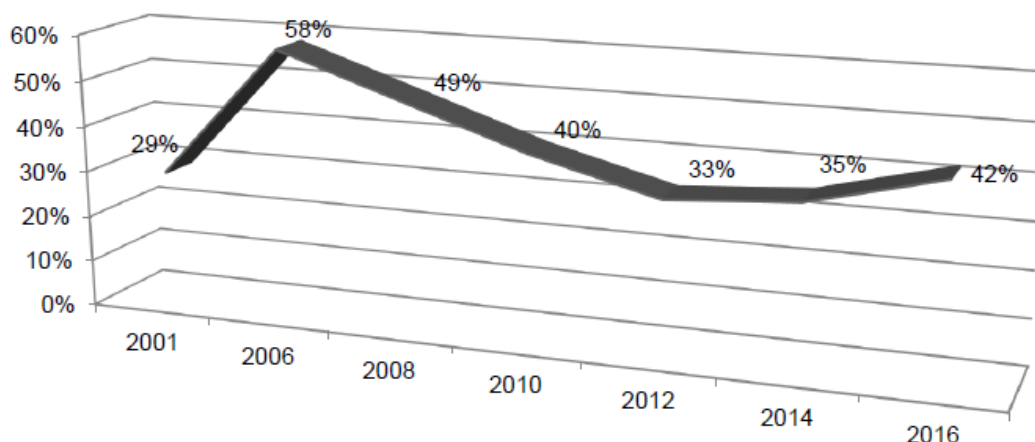


Рисунок 1 – Динамика уровня доверия россиян к СМИ за 2001–2016 гг.

Согласно рисунку 1, уровень доверия россиян к СМИ после событий 1990-х гг. (разгул свободы, активное участие массмедиа в агитационных кампаниях и т. п.) достиг критической отметки в 29 %. С приходом на пост президента В.В. Путина и последовавшими изменениями практически во всех сферах общества (экономической, политической, социальной и др.) намечается увеличение числа граждан, доверяющих массмедиа. Своей высшей точки данный показатель достиг к 2006 г., в период второго срока президентства В.В. Путина. В это время в стране происходили определенные позитивные изменения: приведение региональной нормативно-правовой базы в соответствие с федеральным законодательством, принятие и реализация социальных проектов (в сфере здравоохранения, образования и др.), сокращение внешних долгов государства, рост экономики, накопление золотовалютных резервов, уменьшение роли олигархии в управлении страной и т. д. Все это способствовало повышению рейтинга доверия структурам власти, и в первую очередь президенту В.В. Путину, с 46 % в 2000 г. до 52 % в 2006 г. [5]. В этом плане немалая роль принадлежала СМИ. Кроме того, транслируя позитивную информацию (о социально-политических преобразованиях), массмедиа тем самым обеспечивали прирост положительного отношения не только к властным институтам, но и к себе. Этому же способствовало совершенствование законодательной базы, регулирующей деятельность СМИ. Так, в частности, с 2000 по 2006 г. только в Федеральном законе «О средствах массовой информации» было внесено 14 поправок (для сравнения: в 1991–1999 гг. – всего 5) [6].

Однако после 2006 г. в стране начался значительный спад рейтинга доверия к массмедиа. В 2012 г. он достиг критической точки в 33 %. Таким образом, СМИ утратили одобрение 2/3 населения страны, хотя о наличии кризиса доверия некоторые специалисты заговорили еще в 2006 г. Ученые объясняли это рядом причин, среди которых: участие массмедиа в манипулировании общественным мнением, высокая степень финансовой зависимости от политических и коммерческих доноров, смещение акцента деятельности прессы с «общественной службы» на бизнес (т. е. ориентация на получение коммерческой выгоды), пренебрежение адекватным отражением действительности и конструирование новой альтернативной информационной реальности (квазиреальности), незрелость системы саморегулирования сферы журналистики, низкая профессионально-этическая культура представителей СМИ и т. д. [7]. Обозначенные проблемы в большинстве своем сохранились и после 2006 г., что отразилось на последующем сокращении количества россиян, доверяющих медиаструктурам.

Необходимо отметить и роль социально-экономических условий. Так, детерминантом данной тенденции можно считать начавшийся в 2008 г. мировой экономический кризис, в период которого значительно понизились основные экономические показатели РФ (экспорт товаров, золотовалютные резервы и др.). Вследствие наступления кризиса снизился уровень жизни населения, что естественно вызвало недовольство граждан и сказалось на их отношении к социальным институтам.

После 2012 г. наблюдается тенденция роста уровня доверия россиян к СМИ: с 33 % в 2012 г. до 42 % в 2016 г. Среди причин положительного сдвига можно в первую очередь выделить возрастание патриотических настроений в обществе, связанных с рядом важных для страны событий, как позитивных: значимая для населения социальная политика государства, отраженная

в майских указах 2012 г. президента В.В. Путина, проведение Олимпиады 2014 г. в Сочи и успешное выступление там российских спортсменов, вхождение Крыма и Севастополя в состав Российской Федерации, антитеррористическая операция в Сирии; так и негативных: кризис на Украине, ухудшение отношений России с Западом, санкции и некоторые другие, способствовавшие росту солидарности и сплочению народа против внешних угроз.

На фоне всех этих процессов и явлений российские массмедиа, будучи союзниками главы государства, выступали проводниками его позиции и политики, повышая тем самым не только его рейтинг, но и свой.

Однако сохранится ли такая, хотя и не ярко выраженная, но все-таки положительная динамика отношения общества к СМИ в дальнейшем? Ответ на данный вопрос зависит от множества факторов: политических, экономических, социальных и др. Можно предположить три возможных сценария развития событий.

Сценарий А – продолжение роста. Он предусматривает развитие медиарынка в сторону обеспечения на нем конкуренции. То есть предполагается, что СМИ должны стать более свободными и независимыми, в том числе от политических и экономических структур. При этом немаловажную роль будет играть совершенствование законодательства в сфере регулирования деятельности массмедиа, механизмов отслеживания его соблюдения, а также повышение профессионально-этической культуры представителей прессы. Значимым условием обозначенного сценария является сокращение применения манипулятивных технологий в отношении граждан при помощи СМИ, так как практически вся вина за это возлагается на последних как на заключительное звено передачи информации. Одной из задач российского медийного пространства является развитие общественного сектора, который наряду с государственным и частным будет обеспечивать плюрализм мнений и альтернативность источников информации.

Реализация данного варианта станет возможной при условии наличия позитивных и отсутствия или минимального количества негативных изменений и явлений в стране. Среди первых, например, можно особо выделить предстоящее открытие Керченского моста, Чемпионат мира по футболу в 2018 г., президентские выборы. Освещение этих событий обеспечит положительную динамику уровня доверия населения к власти и СМИ.

Сценарий Б – поддержание достигнутого уровня доверия. Такой вариант подразумевает незначительные подвижки в сторону улучшения качества медиасферы, а именно: внесение изменений в нормативно-правовую базу сообразно возникающим проблемам, требующим законодательного решения в данной области; сохранение принципов системы бюджетирования СМИ, выражаемое в неравномерности экономической поддержки различных массмедиа; низкие темпы развития медиарынка, в том числе и общественных СМИ (т. е. независимых от структур власти и капитала), которые в настоящее время испытывают значительный дефицит финансовых ресурсов, и т. д. Сдерживанию темпов развития медиасферы будет способствовать существующая в настоящее время недостаточная информационная открытость органов власти [8], в результате чего журналисты и, следовательно, население недополучают сведения о происходящих в стране процессах. При этом в социально-экономической и политической сферах не должно быть каких-либо изменений, серьезно влияющих на жизнедеятельность общества, способных отразиться на отношении населения к массмедиа. Также важен постепенный выход из экономического кризиса, начавшегося в 2014 г. и приведшего к понижению уровня жизни значительной части россиян. Если большинство СМИ будут делать акцент в основном на положительных моментах происходящего в стране, у граждан может возникнуть когнитивный диссонанс между виртуальной (создаваемой массмедиа) и реальной ситуацией. Разрешение данного противоречия в сознании индивида предполагает наличие перевеса обозреваемой ситуации (повышение цен на продукты, услуги ЖКХ, проезд на общественном транспорте и т. п.), непосредственным участником которой он является, над создаваемой журналистами.

Таким образом, планомерное, умеренное развитие медиасферы и стабильная общественная обстановка в стране будут обеспечивать сохранение достигнутого уровня доверия населения к СМИ.

Сценарий В – понижение уровня доверия. Отрицательная динамика в настоящее время маловероятна. Однако данная тенденция возможна при наличии таких факторов, как снижение профессионального и этико-культурного уровня журналистов, сохранение преимущественной ориентации массмедиа на получение коммерческой выгоды при одновременном игнорировании интересов общества, усиление контроля деятельности СМИ со стороны различных политических, финансовых и других групп интересов, все более расширяющееся применение манипулятивных технологий в медиатекстах, неразвитость общественного сектора медиасферы, дефицит

информированности населения о происходящих преобразованиях в стране. К этому следует добавить сохранение или углубление экономического кризиса, дальнейшее снижение уровня жизни, социальное напряжение, возрастание протестных настроений в обществе и т. п.

Данный вариант может привести к негативным социальным последствиям как для власти, так и для самой политической жизни общества, а именно к отчуждению населения от политических процессов, критически высокому уровню недоверия к социальным институтам (в том числе власти и СМИ), абсентеизму, аномии и т. д.

При вышеназванных условиях и сценариях развития общественного отношения к СМИ остро встает вопрос об укреплении институционального доверия к структурам власти и самим массмедиа, так как «доверие – необходимая предпосылка политического порядка» [9, с. 68].

Подводя итог изложенному выше, отметим, что в настоящее время наблюдается постепенный рост уровня доверия к СМИ со стороны населения. И для его сохранения и/или форсирования необходимо сочетание ряда факторов как в самой медиасфере, так и в социально-политической сфере в целом. Среди наиболее важных можно выделить такие, как развитие конкурентоспособного рынка массмедиа, совершенствование нормативно-правовой базы, повышение этико-профессионального уровня журналистов, преодоление экономического кризиса в стране, значимые достижения в различных областях жизнедеятельности общества.

Ссылки:

1. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию : пер. с англ. М., 2004 ; Шабунова А.А., Гужавина Т.А., Кожина Т.П. Доверие и общественное развитие в России // Проблемы развития территории. 2015. № 2 (76). С. 7–19.
2. Селигмен А. Проблема доверия : пер. с англ. М., 2002.
3. Попов В., Тавокин Е. Доверие к СМИ в общественном сознании граждан России // Государственная служба. 2009. № 4 (18). С. 88–93.
4. Доверяют ли россияне сообщениям СМИ о состоянии экономики? [Электронный ресурс]. URL: <http://fom.ru/SMI-internet/12608> (дата обращения: 11.11.2016) ; Исследование Globescan: уровень доверия средствам массовой информации в 2016 году [Электронный ресурс]. URL: <http://gtmarket.ru/news/culture/2006/08/18/13> (дата обращения: 11.11.2016) ; Исследование ВЦИОМ. Рейтинг доверия: СМИ или слухи – чему больше доверяют россияне? [Электронный ресурс]. URL: <http://gtmarket.ru/news/culture/2008/12/16/1863> (дата обращения: 11.11.2016) ; Левада Ю. Механизмы и функции общественного доверия // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2001. № 3. С. 7–12 ; Основные характеристики медиаповедения населения России [Электронный ресурс] : пресс-релиз по результатам второй волны исследования, 22.10.2010 г. URL: <http://www.zircon.ru/upload/iblock/4f9/101022.pdf> (дата обращения: 11.11.2016) ; Шабунова А.А., Гужавина Т.А., Кожина Т.П. Указ. соч.
5. Денисова Е. Доверие президенту [Электронный ресурс] // Взгляд. 2006. 20 янв. URL: <http://www.vz.ru/politics/2006/1/20/19535.html> (дата обращения: 11.11.2016).
6. О средствах массовой информации [Электронный ресурс] : федер. закон от 27 дек. 1991 г. № 2421-1. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
7. Короченский А.П. Источники кризиса доверия. Главные причины недоверия к СМИ // Журналистика и медиарынок. 2006. № 12. С. 44–46.
8. Васютин Ю.С., Ветрова Е.Н., Огнева В.В. Технологии взаимодействия власти и СМИ в контексте реализации государственной информационной политики: региональное измерение проблемы // Среднерусский вестник общественных наук. 2014. № 1. С. 68–74 ; Каменская Е.А. Сущность и особенности информационной открытости органов власти в современной России // Общество: политика, экономика, право. 2011. № 2. С. 18–24.
9. Рассадина Т.А. Доверие к средствам массовой информации в условиях «общественного риска» (на примере российских провинциальных городов) // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2012. № 1 (21). С. 61–70.

References:

- Denisova, E 2006, 'Trust President', *Vzglyad*, 20 Jan., viewed 11 November 2016, <<http://www.vz.ru/politics/2006/1/20/19535.html>>, (in Russian).
- Fukuyama, F 2004, *Trust: the social virtues and the path to prosperity*, Moscow, (in Russian).
- Kamenskaya, EA 2011, 'Nature and peculiarities of information openness of the authorities in modern Russia', *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo*, no. 2, pp. 18-24, (in Russian).
- Korochenskiy, AP 2006, 'Sources of trust crisis. The main reasons of distrust of mass media', *Zhurnalistika i mediarynok*, no. 12, pp. 44-46, (in Russian).
- Levada, Yu 2001, 'Mechanisms and functions of public confidence', *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskkiye i sotsial'nyye peremeny*, no. 3, pp. 7-12, (in Russian).
- Popov, V & Tavokin, E 2009, 'Mass-media credibility in the public mind of the Russian citizens', *Gosudarstvennaya sluzhba*, no. 4 (18), pp. 88-93, (in Russian).
- Rassadina, TA 2012, 'Trusting mass-media in the context of "social risk" (by case study of the Russian provincial cities)', *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Povolzhskiy region. Obshchestvennyye nauki*, no. 1 (21), pp. 61-70, (in Russian).
- Seligman, A 2002, *The problem of trust*, Moscow, (in Russian).
- Shabunova, AA, Guzhavina, TA & Kozhina, TP 2015, 'Trust and community development in Russia', *Problemy razvitiya territorii*, no. 2 (76), pp. 7-19, (in Russian).
- Vasyutin, YuS, Vetrova, EN & Oгнева, VV 2014, 'Technologies of cooperation between power and mass-media in the context of the implementation of the public information policy: the regional dimension of the problems', *Srednerusskiy vestnik obshchestvennykh nauk*, no. 1, pp. 68-74, (in Russian).