
ФИЛОСОФИЯ И КУЛЬТУРА СОЦИУМА: ПОДХОДЫ, КОНЦЕПЦИИ, МНЕНИЯ

УДК 004:002

ББК 73

DOI 10.22394/1682-2358-2018-2-112-118

Ya.V. Shvets, Research Fellow of the Research Center for Public Service and Management of the IGSU of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

THE INFLUENCE OF TELEVISION ON THE INFORMATION SPACE OF MODERN RUSSIA

The role of television in the formation of the information space of the country is considered. Its possible constructive and destructive effects in this process are underlined. Particular attention is paid to the Information Security Doctrine, which is a document of strategic planning in the sphere of ensuring national security of the Russian Federation.

Key words and word combinations: mass media, management, television, information space, Doctrine of Information Security of the Russian Federation, mass communication.

Я.В. Швеи, научный сотрудник научно-исследовательского центра государственной службы и управления ИГСУ Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (email: yv.shvets@migsu.ru)

ВЛИЯНИЕ ТЕЛЕВИДЕНИЯ НА ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Аннотация. Рассматривается место телевидения в формировании информационного пространства страны. Подчеркивается возможная конструктивная и деструктивная роль телевидения в этом процессе. Особое внимание акцентируется на Доктрине информационной безопасности, являющейся документом стратегического планирования в сфере обеспечения национальной безопасности Российской Федерации.

Ключевые слова и словосочетания: средства массовой информации, управление, телевидение, информационное пространство, Доктрина информационной безопасности Российской Федерации, массовая коммуникация.

Очевидным является факт, что телевидение как одно из средств массовой информации прочно вошло в жизнь людей, заняв ведущие позиции в способах передачи информации, играя важную роль в формировании информационного пространства современной России.

По результатам исследований, телевидение было, есть и, поскольку уровень всеобщей интернетизации набирает темпы, но все же не столь локально в своем распространении по стране, в ближайшем будущем будет оставаться наиболее популярным и доступным [1] средством массовой информации. Поэтому необходимо понимать, что оно является тем ключевым инструментом в системе управления информационным пространством страны, которое способно формировать культуру информационной просвещенности граждан, а также выступать регулятором состояния информационной безопасности страны.

Средства массовой информации оказывают влияние на широкие слои населения, формируют их мировоззрение, интересы и вкусы. По данным исследования Фонда общественного мнения (на июнь 2017 г.), 62% россиян смотрят телевизор каждый день, не допускают для себя возможность отказаться от ежедневного просмотра телевизора в пользу других источников информации и развлечений 58% участников опроса, допускают для себя возможность отказаться от телевидения 29% сограждан (среди молодых — 40%) и только 10% респондентов (среди них молодых — 21%) телевизор не смотрят вовсе [2].

Данные социологических опросов (рис. 1) свидетельствуют о том, что и наибольшее доверие (рис. 2) у граждан среди средств массовой информации вызывает телевидение [3].



Рис. 1. Наиболее часто используемые источники новостей, информации

О нацеленности государства сделать телевидение доступным абсолютно для каждого человека свидетельствуют и плановые целевые показатели федеральной целевой программы «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009—2018 годы». Численность населения Российской Федерации, не ох-

ваченного телевизионным вещанием, на конечном этапе реализации Программы должна быть меньше тысячи человек, а доля населения Российской Федерации, имеющего возможность приема общероссийских обязательных общедоступных телеканалов и радиоканалов, должна достигнуть 100% [4]. При этом в Программе особо подчеркивается, что существующий порядок предоставления услуг телерадиовещания населению на бесплатной основе сохранится, что обеспечит создание единого информационного и культурного пространства и логическим продолжением принципов открытости, доступности и массовости вещания. Эта инициатива только подтверждает тот факт, что телевидение в системе информационного пространства современной России является, с одной стороны, важнейшим средством воздействия на массовое сознание, а с другой — одним из основных источников получения социальной информации населением.

39% – телевидение

14% – новостные сайты
в Интернете

7% – печатная пресса
(газеты, журналы)

7% – радио

6% – формулы, блоги,
сайты, соцсети

5% – разговоры
с родственниками, знакомыми

1% – другое

18% – нет источников информации,
которым доверяю больше

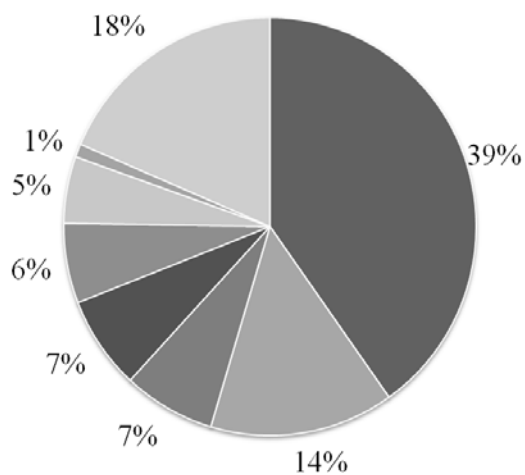


Рис. 2. Источники информации, вызывающие у граждан доверие

Со времен распада СССР поднимается вопрос о поисках российским народом своей идентичности, новой системы ценностей и собственного пути развития [5, с. 124], поэтому потоки информации, получаемой человеком, играют очень важную роль. Оказывая влияние на сознание общества, телевидение способно воздействовать на поведение людей и систему ценностей в целом. Актеры информационной коммуникации обеспечивают не только социальную связь, но и модифицируют сознание своей аудитории, управляют ее поведением. Средства массовой информации в общем, и телевидение в частности, как неотъемлемая составляющая ежедневной бытности практически каждого гражданина страны, в своем развитии закономерно породили такое явление, как информационное пространство страны.

По мнению В.Д. Попова, информационное пространство — «открытая самоорганизующаяся система, включающая в себя множество информационных потоков и информационных полей, находящихся во взаимодействии. Ее центральным компонентом является общественное сознание и массовая психика» [6, с. 54]. Еще более глубокое по смыслу определение информационному пространству, требующее осмысления, дает А.В. Шевченко. Она предлагает понимать под ним реальной протяженности территорию, население которой подвержено социально-психологическим и психофизиологическим воздействием информационных полей [7]. Информационное поле, в свою очередь, представляет собой сплошную среду, в которой осуществляется перенос психического, семантического и психологического взаимодействия источника информации и ее получателя. Перенос реализуется с помощью социально-психологической информации [8, с. 97], и именно средства массовой информации в целом и телевидение в частности являются наиболее массовыми и оперативными потоками, содержание которых представляет собой зеркальную копию общественных и социокультурных трансформаций и новаций.

Однако нередко функции телевидения (в первую очередь просветительская), которые призваны служить во благо общества, становятся инструментом манипулирования сознанием населения. Сегодня телевидение обладает широким арсеналом особых информационных технологий, в том числе и манипулятивных [9, с. 203].

Еще в середине XX в. американские социологи П. Лазерфельд и Р. Мертон, изучая принцип функционирования средств массовой коммуникации, считали определяющим условием, что «именно тот, кто несет расходы и определяет ее содержание... Поскольку средства массовой коммуникации поддерживаются большим бизнесом, приводящим в движение существующую социальную и экономическую систему, то массовая коммуникация способствует поддержанию этой системы» [10, с. 347]. Поэтому очевидно, что они были сторонниками объективной зависимости реально существующей модели массовой коммуникации от властных структур (бизнеса, государства), ее объективной встроенности в существующую систему властных отношений и социального управления.

Ю.А. Нисневич пишет о том, что в современной России все крупные телеканалы, вещающие на основных каналах центрального телевидения через собственное государственное (ВГТРК, Первый канал) либо путем передачи в собственность аффилированным финансово-промышленным группам (НТВ, РЕН-ТВ), взяты под контроль властными структурами, которые проводят политику массового «просвещения» в соответствии со своими интересами. Информационная политика правящего политического режима в сфере массового информирования, и прежде всего, посредством телевидения направлена на внедрение в сознание граждан специально конструируемой в интересах власти картины политических, социальных и экономических процессов и событий посредством использования агитационно-пропагандистских и манипулятивных методов информирования [11, с. 186].

Телевидение выступает мощной системой реализации взаимных информационных потребностей всего социума, и в то же время средства массовой информации в широком смысле и телевидение в узком играют самостоятельную роль в системе общественных связей, являются основными субъектами информационного пространства, формирующими содержание массовой коммуникации. Именно поэтому формирование информационного пространства как серьезного ресурса политической устойчивости общества, безопасности государства и человека, важного фактора становления гражданского общества в России зависит от характера транслируемого населению контента. Поскольку в настоящее время СМИ и Интернет претендуют непосредственно на регулирование социального и политического поведения, психологического настроения и даже собственно способа мышления своей аудитории [12, с. 504]. Актуальными становятся вопросы целостности информационного пространства страны, которым особое внимание уделяется в новой Доктрине информационной безопасности Российской Федерации [13] — основном документе, где сформулирована официальная позиция государства относительно информационной безопасности. В частности, здесь развиты положения Стратегии национальной безопасности России, касающиеся следующих моментов:

- возрастающего противоборства в глобальном информационном пространстве;
- угроз нарушения безопасности и устойчивости функционирования критической информационной инфраструктуры Российской Федерации;
- деятельности, связанной с использованием информационных и коммуникационных технологий в экстремистской деятельности;
- отмечающейся тенденции к увеличению в зарубежных СМИ объема материалов, содержащих предвзятую оценку государственной политики Российской Федерации.

Вызывает опасение и наращивание информационного воздействия на население России, в первую очередь на молодежь, в целях размывания традиционных российских духовно-нравственных ценностей. Одной из основных информационных угроз в Доктрине называется рост количества публикаций с предвзятой оценкой государственной политики России и дискриминация российских СМИ и их сотрудников за рубежом. Стратегической целью названа нейтрализация информационного воздействия, направленного на размывание традиционных российских духовно-нравственных ценностей. Логично было бы предположить, что Доктрина побудит к появлению ряда мер, направленных на изменение текущего законодательства, но работа над изменением нормативных документов началась еще до принятия Доктрины.

В феврале 2016 г. это произошло с основным нормативно-правовым актом в сфере СМИ — Законом РФ от 27 декабря 1991 г. «О средствах массовой информации» [14]. Несколько депутатов Государственной Думы РФ предложили ряд поправок, связанных с ограничением иностранного капитала в СМИ — теперь иностранные юридические или физические лица могут прямо или косвенно владеть и контролировать до 20% акций или долей. Авторы поправок объяснили собственную инициативу наличием «холодной информа-

ционной войны против России» — в Доктрине, опубликованной несколькими месяцами позже, эта формулировка появится уже в качестве одной из национальных угроз.

Таким образом, неоспоримым является факт существования ряда информационных угроз, противостоять которым должны средства массовой информации. Однако происходит ли так на самом деле, и используют ли весь свой арсенал возможностей масс-медиа? Позиция российских ученых такова: существующая на российском телевидении тенденция к редукции различных точек зрения не может быть признаком сбалансированной системы, поскольку государству одновременно необходимо и обеспечить информационное единство на территории страны, и сохранить при этом многообразие и плюрализм.

На интересную метаморфозу двойственности государственного влияния обращает внимание Я.Н. Засурский, рассуждая о создании общественно-правового телевидения. Он указывает на неоднозначное понимание слова «государственный». Его можно трактовать как интересы определенной группы людей, оказавшихся у власти, и как совокупность интересов всех граждан страны. Именно вторая концепция выглядит более здоровой и взвешенной — она позволяет сохранить дистанцию между обеспечением информации и манипуляцией [15], но чаще всего большинство телевизионных каналов стремятся или успешно реализуют политику представления массам однообразия мнений.

В СССР государство контролировало фактически все средства массовой информации. Так, к ввозу в страну не допускались произведения, носящие враждебный характер к советской власти, проводящие чуждую и враждебную пролетариату идеологию, печатные издания идеалистического направления и прочее.

В конце 1990-х годов после десятилетия достаточно хаотичного и бесконтрольного развития, субъекты информационного пространства страны ощутили на себе внимание властных структур. Вопрос о методах возвращения государства на медиарынок в условиях современной России вызывает в обществе неоднозначную реакцию. Тем не менее представляется, что государство должно существенно наращивать свое влияние. Об этом косвенно упоминается и в Доктрине информационной безопасности, поскольку этот документ является основой для формирования государственной политики и развития общественных отношений в области обеспечения информационной безопасности, а также для выработки мер по совершенствованию системы обеспечения информационной безопасности. В ней прописан и статус участников системы информационной безопасности страны: собственники объектов критической информационной инфраструктуры и организации, эксплуатирующие такие объекты, средства массовой информации и массовых коммуникаций и другие. Уделение большего внимания государством к структурам СМИ, безусловно, позитивно скажется на политике укрепления власти в стране.

Р.В. Громов утверждает, что телевидение, являясь основным средством социального контроля [16, с. 24] на основе соответствующего представления

и интерпретации общественной реальности, играет основную роль в формировании и функционировании информационного пространства России. В настоящее время в российском информационном пространстве телевидение представляет собой самый эффективный инструмент информационной политики и играет ключевую роль в формировании и функционировании информационного пространства страны. Канадский философ и филолог М. Маклюэн, автор множества работ о воздействии телевидения на сознание, утверждал, что телевидение представляет собой уникальную кодирующую систему, которая из разрозненных картинок составляет такую целостную картину мира человека, при которой не остается места критичному мышлению индивидуума [17].

Итак, средства массовой информации оказывают сильнейшее влияние на общественное сознание. При этом важно понимать, кто именно использует СМИ как инструмент манипуляции — адекватный анализ этих процессов позволит обеспечить национальную и информационную безопасность страны.

Библиографический список

1. Россия в цифрах – 2017 / Росстат. URL: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2017/rusfig/rus17.pdf
2. ФОМнибус – опрос граждан РФ от 18 лет и старше 4 июня 2017 г. URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/13571>
3. ФОМнибус – опрос граждан РФ от 18 лет и старше. Слитые данные опросов 29 апреля и 2 мая 2017 г. URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/13323>
4. О федеральной целевой программе «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009–2018 годы» постановление Правительства РФ от 3 дек. 2009 г. № 985 (в ред. от 31 дек. 2016 г.). URL: <http://docs.cntd.ru/document/902189266>
5. Савинков В.И. Общественное телевидение – инструмент формирования российского культурно-информационного пространства // Экономика и управление. 2012. № 5 (79). С. 122–128. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_17770017_37008187.pdf
6. Попов В.Д. Информациология и информационная политика. М., 2001.
7. Шевченко А.В. Психологические аспекты процессов формирования государственной информационной политики. Ставрополь, 1999.
8. Шевченко А.В. Информационная устойчивость политической системы. М., 2004.
9. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием в России сегодня. М., 2001.
10. Lazarsfeld P., Merton R. Mass Communication, popular taste and organized social action // Brison, The Communication of Ideas. N.Y.: Harper and Brothers, 1948.
11. Нисневич Ю.А. Аудит политической системы посткоммунистической России. М., 2007.
12. Ачкасов В.А. Политология: учебник. 3-е изд., испр. и доп. М., 2013.
13. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации: утв. Указом Президента РФ от 5 дек. 2016 г. № 646. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41460/page/1>
14. О средствах массовой информации: Закон от 27 дек. 1991 г. URL: <http://docs.cntd.ru/document/9003299>
15. Засурский Я.Н. Информационная безопасность России и средства массовой информации. Информационное общество. URL: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/5b9c943f52706569c3256c4e00495e6a>
16. Громов Р.В. Методологические проблемы контент-анализа сообщений печати и телевидения // Проблемы государственного и муниципального управления. Хабаровск, 2002. С. 68–79.
17. Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. 4-е изд. М., 2014.