

12. Чаган Н.Г. Инфотеймент как явление медиакультуры // Вестник Университета Российской академии образования. 2014. № 2 (70). С. 76–82.
13. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека. М.; Жуковский, 2003.
14. Зимин А. «Инфотеймент» – будущее глянцевого прессы. URL: <http://www.forbes.ru/column/49061-infoteiment-budushchee-glyantsevoi-pressy>
15. Гордеева А. Инфотеймент в розничной торговле. URL: <http://marketinginretail.ru/articles/186507>
16. Акаев Д.В. Использование краудсорсинговых интернет-проектов в социально-политических процессах // Вестник Поволжской академии государственной службы. 2013. № 4 (37).
17. Социальные сети и виртуальные сетевые сообщества: сборник научных трудов / отв. ред. Л.Н. Верченков, Д.В. Ефременко, В.И. Тищенко. М., 2013.
18. Татарников О. Блогосфера: состояние и перспективы. URL: <http://compress.ru/article.aspx?id=17260>

**Z.O. Serebryakova**  
**The Problem of Modern Journalism**  
**Trust: Hope for Deinstitutionalization**

The results of a theoretical study of the problem of the Russian institutional journalism trust are presented. The current media war technologies are studied. Prospects for the Russian journalism development through the institutionalization of non-institutional media are analyzed.

*Key words and word-combinations:* journalism, institutions, deinstitutionalization, informational war, media, trust.

Представляются результаты теоретического изучения проблемы доверия институциональной российской журналистике. Рассматриваются технологии ведения современной информационной войны. Анализируются перспективы развития российской журналистики через институционализацию деинституциональных медиа.

*Ключевые слова и словосочетания:* журналистика, институты, деинституционализация, информационная война, медиа, доверие.

УДК 002  
ББК 76

*3.О. Серебрякова*

**ПРОБЛЕМА ДОВЕРИЯ  
СОВРЕМЕННОЙ  
ЖУРНАЛИСТИКЕ:  
НАДЕЖДА  
НА ДЕИНСТИТУЦИАЛИЗАЦИЮ**

Ситуация в геополитике и международной экономике породила кризис взаимоотношений между Россией и рядом других стран. Несмотря на то, что в проекции реальных действий поводов для эскалации напряженности все меньше, в информационном поле она сохраняется в полной мере. В этой ситуации реалии современных медиа все отчетливее приобретают черты информационной войны. «Массовая коммуникация стала серьезным инструментарием современной политики», — этот тезис Г.Г. Почепцова [1, с. 44] сегодня очевиден не только для исследователей, но и для любого, кто критически воспринимает информацию в СМИ.

Институциональные СМИ (по большей

части крупные, влияющие на общественное мнение) зачастую транслируют то, что выгодно заказчикам или регулятору их деятельности. Под заказчиками понимаются не только структуры, обладающие монополией на политическую власть: здесь и рекламодатели, и владельцы СМИ, которые влияют на редакционную политику. В результате разного рода давления СМИ теряют признаки свободной дискуссионной площадки и становятся средством ведения информационной войны. В общем смысле это означает использование СМИ как инструмента пропаганды.

В российских медиа так или иначе встречается большинство описанных в научной литературе приемов информационной войны, например, подмена источников информации, искажение первоначального сообщения, прием «воронки» (когда важная проблема уходит на второй план из-за большого количества сообщений по другой проблеме), прием «зонтика» (когда сообщения, продуцирующие непопулярную, нежелательную точку зрения, не доходят до потребителя) [1, с. 50].

Обозначенные процессы активизируют проблему доверия средствам массовой информации. О росте скептических настроений в определенных кругах можно судить даже по беглому анализу свободных дискуссионных площадок, например, социальной сети Facebook [2]. Можно предположить, что собирательный образ критика обладает чертами *хорошо информированного гражданина*, в терминологии А. Шюца. *Хорошо информированный гражданин* — представитель равнодушного слоя общества, которого не устраивает индифферентность, внушаемость и неосведомленность оставшейся части — *людей с улицы* [3]. Для *хорошо информированного гражданина* важен доступ к информации и возможность влиять на процесс ее создания. Контроль над СМИ он, безусловно, воспринимает как ограничение личных прав и свобод.

Следует учитывать, что это касается исключительно информированности в области макроэкономики и политики — в том, что принято называть «современной ситуацией». Подобной информированностью обладает часть общества с определенным уровнем образования, следящая за новостями и имеющая свою позицию по актуальным вопросам. И, конечно, не следует забывать, что в категории *хорошо информированных граждан* могут быть (и они есть) представители, которые в силу своей работы или убеждений не критичны к информации в СМИ, а лояльны к ней.

Проблема доверия в социологии широко исследована российскими и зарубежными авторами. Существует несколько точек зрения на доверие. Одной из них придерживаются, в частности, П. Штомпка [4], Н. Луман [5], А. Селигмен [6], для которых доверие выступает как рациональный выбор, помогающий жить в обществе неопределенности и риска. П. Штомпка связывает понятия доверия и уверенности [4, с. 82]. С точки зрения Ф. Фукуямы [7], Э. Гидденса [8] и других, доверие — элемент веры, который строится на чувстве единства и близости. Т. Парсонс называет доверие ожиданием взаимности, которое обеспечивает стабильное отношение взаимодействия общества и личности — общество ожидает от его членов добросовестного выполнения ролей [9].

В нашем случае обе точки зрения на доверие применимы. Трудно спорить с тем, что скептически настроенные потребители информации выбирают позицию протеста, исходя из рациональных соображений. Для них недоверие существующим институциональным медиа — осозанный выбор, подкрепленный знанием редакционной политики конкретных СМИ и личными соображениями об адекватности / неадекватности сообщения. Выбор того, кто является лояльным потребителем информации, тоже осозанный, однако здесь имеет место и трактовка доверия как *веры*. Массовый зритель часто *доверяет* (то есть верит) государственным СМИ за счет их массовости, принадлежности к власти, а иногда просто по традиции.

Рассмотрим более подробно доверие журналистике как рациональный выбор *хорошо информированного гражданина*. В условиях современных макрополитических событий доверие тому или иному источнику строится исключительно на личной информированности о том, кто делает новости и какими принципами он при этом руководствуется. Журналистика для скептического потребителя информации теряет институциональные рамки и приобретает в прямом смысле «человеческое лицо». Ей больше не верят *априори*, доверие становится результатом личной оценки и анализа. Причем даже если источник уже получил вотум доверия, сохраняется скепсис относительно того, действительно ли он сохраняет свою независимость и действительно ли ему можно доверять в дальнейшем.

Так как доверие в случае *хорошо информированного гражданина* является результатом рационального суждения, для него характерны методы объективизации, актуальные для социальных научных исследований. В частности, качественные социологические интервью, проведенные автором, показывают, что скептически настроенные потребители информации используют для формирования доверия метод триангуляции, впервые описанный как метод социологического исследования Н. Дензином [10]. Триангуляция в социологических науках — использование для анализа события разносторонних методик и источников. Выяснилось, что скептически настроенные потребители информации также анализируют несколько источников, в том числе проправительственные СМИ, зарубежные СМИ, социальные сети или видео на хостингах типа YouTube. Это позволяет увидеть разницу в оценках и сделать свой вывод. Такой подход к формированию доверия находит отражение и в социальной теории. Он коррелирует с идеями Г. Зиммеля, который рассматривает доверие как результат, возникающий на основе опыта субъекта [11].

На поддержание доверия лояльной части общества к действующей власти работают в том числе уже упомянутые методы информационной войны.

Тех, кто скептически настроен к официальным СМИ, привлекает возможность свободного обмена мнениями. Своего рода надеждой на получение достоверной информации о текущей социальной, макроэкономической и макрополитической ситуации становятся текстовые и видеоблоги, страницы лидеров мнений в социальных сетях — то, что в рамках данной статьи будет называться *деинституциональной журналистикой* (журналистикой за пределами классических институтов).

Стоит отметить, что деинституциализация — это не только процесс, позволяющий выйти за рамки институциональной логики. Это многогранное явление, существующее на разных уровнях социальной жизни. Необходимо разделять внешнюю и внутреннюю деинституциализацию. Внутренняя деинституциализация подробно описана К. Дернером: это личностная установка профессионала на возвращение деятельности, вещам и процессам их истинного смысла [12, с. 235].

Внешняя деинституциализация журналистики — это главным образом осуществление журналистских практик вне профессиональных учреждений. Здесь деинституциализация выступает как отчасти объективный процесс, спровоцированный появлением новых технологий, повлекших за собой изменения привычного статуса журналистского текста и журналистской деятельности. В системе современных медиа субъектно-объектные связи заменяются субъектно-субъектными. Потребитель информации больше не является молчаливым — его позиция активна, и если он видит, что СМИ больше не выполняют свою роль объективного «зеркала действительности», он пытается сам установить истину и создает собственный, независимый контент. Таким образом, процесс характеризуется растущим давлением на институциональные рамки и имеет своей целью «включить в профессию» непрофессионалов, которые регулярно создают и распространяют новости. Все это меняет профессиональную идентичность журналистов и отношение к ним в обществе.

Современные исследователи медиа, такие как Г. Чериан, называют деинституциализацию реакцией на отсутствие внутренней демократии в большинстве СМИ [13, с. 89]. Ч. Аттон и Дж. Гамильтон отмечают, что это один из важнейших процессов в современных СМИ, наряду с декапитализацией и депрофессионализацией [14, с. 119]. Р. Пикард считает деинституциализацию наиболее важным изменением в производстве новостей, отрывом журналистики от структурных механизмов, которые значительно влияли на ее развитие в XX в. [15].

В социальных науках деинституциализация журналистики имеет еще одно название: западные исследователи называют ее «регуманизацией» медиа. Как отмечает Р. Пикард, «регуманизация» пришла после периода дегуманизации, характерной для активного развития институциональной журналистики в XX в. Как и раньше, сейчас институциональные медиа ограничивают число тех, кто может говорить и быть услышанным. «Институты делают взаимодействие между теми, кто выражает мысли, и теми, кто их слушает, невозможным. Они крадут голоса у большинства и дают их избранным» [16]. В противоположность институциональным медиа, деинституциональные медиа дают голос любому, заново гуманизируя общение.

Одним из наиболее ярких примеров деинституциональной журналистики являются неформальные дискуссионные площадки — блоги, социальные сети, комментарии на интернет-ресурсах. В общепринятом смысле они сохраняют независимость и возможность свободных высказываний. Эти площадки не подпадают под юрисдикцию закона о средствах массовой информации, а информация, публикуемая на них, не проходит редактуру (как в случае с институциональными СМИ).

Деинституциональная журналистика аккумулирует неформальные суждения, реакцию на последние события, комментарии. И здесь возникает парадокс: с одной стороны, для интернета как дискуссионной площадки характерен крайний субъективизм; с другой стороны, благодаря доступу ко всему множеству суждений неравнодушный читатель может их проанализировать, сопоставить, выявить закономерности. Это бесценная возможность, которую, к сожалению, не могут дать институциональные площадки, но именно она позволяет хотя бы приблизиться к тому, что можно назвать «объективным суждением». Как отмечает исследователь блогов и новых медиа Д. Мазесон, «технология дошла до точки, которая позволяет пользователю узнать больше о процессе создания новости. Люди видят новости во всем их развитии, и я не уверен, что это плохо» [17, с. 155].

Обратим внимание, что отличие от институциональных СМИ здесь и качественное, и количественное. Количественное заключается в несравнимо большем разнообразии информации, которую дает Интернет. Качественное — в возможности доступа к информации, которую игнорируют институциональные СМИ. Главным образом это личная информация, личные комментарии и медиаматериалы, которые пользователи оставляют на своих страницах в социальных сетях, общественных фото- и видеохостингах, а также информация, которую могут оставлять в комментариях под журналистскими материалами.

Еще одно немаловажное преимущество деинституциональных медиа — возможность найти фактический материал, не представленный на институциональных площадках. Это могут быть фотографии, случайные видеозаписи с места актуальных событий, а также мнения очевидцев. Доступ к ним позволяет сформировать собственный, отличный от официального, взгляд на события.

Когда деинституциональные СМИ только начали появляться, они действительно обладали большей степенью свободы, чем институциональные. Однако сейчас свобода деинституциональных медиа становится все более условной. Подтверждением этому являются, например, попытка подвести под юрисдикцию закона о СМИ блоги с большой аудиторией, а также политика социальной сети Facebook, которая с 1 января 2015 г. заявила о возможности обработки и использования личных данных пользователей.

Немаловажно и то, что технологии информационной войны также применяются с целью насаждения «выгодных» мнений и позиций на свободных площадках. Социальные медиа и другие проявления деинституциональной журналистики крайне привлекательны для властных структур. Причины различные: это и возможность мгновенного распространения информации, и возможность воздействовать анонимно, и возможность вычислить тех, кто не согласен с официальной позицией. В результате деинституциональная журналистика наполняется «заказной» информацией, а среди ее пользователей появляются так называемые интернет-тролли, которые по заказу участвуют в дискуссии, накаляя ее. Крайне актуальной проблемой можно назвать и многочисленные «фейки» (фотографии, обработанные в графических редакторах, смонтированное видео), которые выдаются за оригинальный визуальный контент.

Более подробно причины интереса властных структур к СМИ описаны

в работах исследователей-дискурсологов, в частности Т.А. ван Дейка [18]. Любопытно, что помимо внешних факторов он выделяет внутренние, говоря о том, что само общество больше не располагает к свободе высказываний. Во-первых, появились формальные санкции за клевету, разглашение коммерческой и государственной тайны, оскорбление чести и достоинства и т. д. Во-вторых, в общении непосредственным образом включаются нормы этики, морали, уместности высказываний. Иными словами, в современном обществе больше «не принято» критиковать группы и институты, обладающие властью.

Все это рушит надежду на деинституциализацию как освобождение от контроля и открывает возможность для новых социальных исследований. Мы стали свидетелями того, как зародилась проблема тотального недоверия медиаресурсам (как институциональным, так и деинституциональным) — это фиксируется как в интервью с профессиональными журналистами, так и в интервью с потребителями информации. Безусловно, возникли новые исследовательские вопросы об истине, критериях истинности и трансформации дискурса.

Среди перспектив развития российской журналистики возможна *институциализация деинституциональных медиа*, которая поможет защитить их от давления со стороны власти через возникновение новых упорядоченных институциональных связей. К такому выводу позволил прийти и анализ работ современных российских исследователей, и проведенное социологическое исследование. В то же время, зарубежные ученые, говорящие о существовании современных медиа в *парадигме хаоса* [19], ставят этот вывод под сомнение, считая турбулентный поток современной журналистской коммуникации исключительно нелинейной системой. И если смотреть на будущее российской журналистики с этого теоретического ракурса, то оно все еще выглядит туманным.

#### Библиографический список

1. Почепцов Г.Г. Психологические войны. М., 2000.
2. Серебрякова З.О. Деинституциализация российской журналистики: качественный анализ документов // Вестник молодых ученых и специалистов Самарского государственного университета. Самара, 2015. № 1 (6). С. 84–92.
3. Шюц А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии. М., 2003.
4. Штомпка П. Доверие – основа общества. М., 2012.
5. Луман Н. Власть. М., 2001.
6. Селигмен А. Проблема доверия. М., 2002.
7. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. М., 2004.
8. Giddens A. Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age. Oxford, 1991.
9. Парсонс Т. Система современных обществ. М., 1998.
10. Denzin N. The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods. N.Y., 1978.
11. Зиммель Г. Философия денег (фрагмент) // Теория общества. М., 1999.
12. Дернер К. Хороший врач. Учебник основной позиции врача. М., 2006.
13. Cherian G. Contentious Journalism and the Internet: Towards Democratic Discourse in Malaysia and Singapore. Singapore, 2006.
14. Atton Ch., Hamilton J. Alternative journalism. London, 2008.

15. *Picard R.G.* The deinstitutionalization of journalism. URL: <http://themediabusiness.blogspot.de/2013/12/the-deinstitutionalization-of-journalism.html>
16. The humanisation of media? Social media and the reformation of communication: Keynote speech of prof. R.G. Picard to the Australia & New Zealand Communication Association 2014. URL: [http://www.robertpicard.net/files/Picard\\_Humanising\\_of\\_Media\\_Speech.pdf](http://www.robertpicard.net/files/Picard_Humanising_of_Media_Speech.pdf)
17. *Matheson D.* What the Blogger Knows // Journalism and Citizenship: New Agendas in Communication. New York, 2009. P. 151–165.
18. *Ван Дејк Т.А.* Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М., 2013.
19. *McNair B.* Cultural Chaos: journalism, news and power in a globalised world. London, 2006.

**E.B. Khorolceva, A.V. Fedorova**  
**Reflexive Communication Risks**  
**in Conditions of Crisis**

Features of reflexive communication in conditions of the Russian crisis are analyzed. Opportunities of reflexive communication management at the theoretical, methodological and practical levels are considered. It is proved that cultural field transformation and command of the five-level reflection technology significantly affect the efficiency of reflexive communication risks management.

*Key words and word-combinations:* risk management, modern organizations, organizational and managerial risks, reflexive communication, crisis.

Анализируются особенности рефлексивных коммуникаций в условиях российского кризиса. Рассматриваются возможности управления рефлексивными коммуникациями на теоретическом, методологическом и практическом уровнях. Доказывается, что существенное влияние на эффективность управления рисками рефлексивных коммуникаций оказывают изменения культурного поля и владение технологией пяти уровней рефлексии.

*Ключевые слова и словосочетания:* управление рисками, современные организации, организационные и управленческие риски, рефлексивные коммуникации, кризис.

УДК 005.3  
ББК 60.82

*А.В. Федорова, Е.Б. Хорольцева*

**РИСКИ РЕФЛЕКСИВНЫХ**  
**КОММУНИКАЦИЙ**  
**В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА**

**М**ы живем в ситуации глобального и нарастающего по своей остроте кризиса, отличительными особенностями которого являются высокие уровни рискогенности и конфликтности. Глобальность переживаемой ситуации проявляет себя в процессе аккумуляции многочисленных системных, частных кризисов: кризиса доверия к власти, кризиса оппозиции, кризиса семьи, кризиса системы образования и здравоохранения, многочисленных проектных кризисов, организационных и управленческих кризисов, коммуникационных кризисов. «Сам кризис характеризуется сломом траекторий экономического и социального развития России, сопровождающимся повсеместным смятением умов, неясностью перспектив обеспечения личного благосостояния, потерей действовавших ранее ориентиров индивидуального и социального действия» [1, с. 8].