ФАКТОР ДОВЕРИЯ В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ «ОБЩЕСТВО-СМИ-ВЛАСТЬ»

FACTOR OF TRUST IN THE SOCIAL COOPERATION SYSTEM OF SOCIETY, MASS-MEDIA AND POWER

Сергеева Анна Вячеславовна, студент магистратуры государственной и муниципальной службы, направление: связь с общественностью и медиаполитика, ООО «БЕСТПРИНТ»

Sergeeva Anna V., master's student of the state and municipal service in the direction of public relations and media policy, BESTPRINT LLC

Аннотация: в статье рассматриваются особенности массово-информационного взаимодействия в рамках триединой схемы «общество-СМИ-власть» в Российской Федерации. Анализируются проблемы доверия/недоверия к транслируемой информации, поднимается вопрос политической коммуникации как базового компонента массовых информационных отношений. Исследуются основные факторы доверия/недоверия масс-медиа в условиях новых тенденций в мировом информационном пространстве.

Abstract: the article reveals special features of mass-informational interaction between society, mass-media and power in the Russian Federation. The problems of trust/distrust of given information are being analyzed, the question of political communication as a basic component of mass-media relations is raised. The main factors of trust/distrust are being researched depending on the new trends of mass-media space worldwide.

Ключевые слова: коммуникация, социальное доверие, недоверие к СМИ, информация, общество, власть.

Keywords: communication, social trust, distrust to media, information, society, power.

Современная обстановка в России, переживающая масштабный общественный кризис, дает населению мало примеров оптимальных решений проблем развития жизненного уклада. Социально-политические перспективы подвергаются многочисленным дискуссиям, участниками которых выступает как власть, так и частные жители страны. Отсутствие эффективной коммуникационной среды приводит к повышению социальной конфликтности, в то время как внесение конструктива в решение острых социальных вопросов возможно лишь при условии формирования открытого и равного диалога. Одним из средств его создания призвана стать информационная политика как комплекс совместных действий власти, общества и СМИ по установлению продуктивных отношений между различными сторонами социально-политического процесса [1].

Массово-информационные отношения в России имеют ряд особенностей: во-первых, выступают очевидным средством коммуникации между власть и обществом, носящим односторонний характер — участие граждан страны в коммуникации на равноправной основе все чаще заменяется односторонним «по вертикали»; во-вторых, современные СМИ становятся все более подчиненными корпоративной культуре и этике, разрабатываемые в частном порядке каждым медиа-холдингом с целью большей формализации взаимодействия с властью.

Трансформация массово-информационных отношений в триаде «общество-СМИ-власть» свидетельствует о снижении влияния и роли гражданского общества в политических и социально-экономических процессах. Этот процесс постепенно снижает доверие аудитории к журналистике, которая должна быть независимой от других ветвей власти, однако постоянно дает примеры ориентации на политическое видение владельца того или иного СМИ [3].

Доверие общества к СМИ и власти является ключевым показателем легитимности государственной политики. Эта зависимость включает в себя не только складывающееся отношение граждан к госорганам, но и важные аспекты процесса развития политической системы страны. Концептуальное содержание доверия как индикатора социальной успешности общества состоит в стабилизации социально-политической ситуации, улучшении взаимодействия в триаде, повышении качества функционирования госаппарата, что в совокупности формирует положительный «климат доверия». Доверие представляет собой формирование «понимания на основе получаемой информации о деятельности государственного органа и зависит от того, насколько важной, целесообразной, понятной, необходимой представляется их работа населению, насколько благоприятным в массовом сознании является образ соответствующей государственной структуры» [1]. В этом процессе распространяемая СМИ информация выполняет функции коммуникационного канала для диалога власти и общества, конструктивность которого определяет стабильность государственного строя.

Причинами недоверия становятся многочисленные частные факторы, в совокупности понижающие лояльность общества к транслируемой в СМИ информации; к ним можно отнести:

— однотипность новостей, недостаток действительно эксклюзивных журналистских материалов с экспертным анализом;

— ограниченность информации, общие фразы и отсутствие смелости в освещении провокационных, острых социальных вопросов;

— отсутствие прозрачности, анонимность большинства источников, многочисленные манипуляции;

— высокая зависимость от учредителя, ведущая к отклонению от стандартов журналистской этики;

— слияние журналистики, рекламы и пиара;

— коммерциализация [7].

Ряд эмпирических исследований показывает, что уровень доверия — одна из ключевых предпосылок готовности личности участвовать в предотвращении

глобальных рисков и преодолении их негативных последствий [9]. Снижение доверия к СМИ и власти приводит к повышению социального пессимизма, чувства несправедливости, затрудняет солидаризацию общества [8].

Доверие как психологическое понятие рассматривается как двусторонний феномен, состоящий, с одной стороны, в убеждении в добрых намерениях другой стороны при отсутствии контроля и, с другой, в готовности принять на себя подобную уязвимость перед личностью или социальным институтом [4]. При этом доверие является и определенным переживанием личности, имеющим эмоциональную окраску. С этой точки зрения недоверие можно разделить на два типа: недоверие как дезориентация и недоверие как протест. Дезориентация складывается из недостаточной уверенности в компетентности источника информации, при этом даже обращение к нескольким экспертным мнениям провоцирует развитие неопределенности и непоследовательности собственных мнений. Протест же формируется как ответная реакция на воспринимаемую несправедливость и выражается в сопротивлении любой информации от любых социальных институтов. Совокупно недоверие к СМИ и власти приводит к развитию политического цинизма, усиливающегося под влиянием когнитивных эффектов: групповой поляризации, невосприимчивости к противоположным убеждениям, подтасовка понимания новой информации как подтверждения собственной позиции.

Отсутствие доверия приводит к необходимости аудитории самостоятельно ранжировать происходящее по параметрам важности, истинности и достоверности. При этом развитие Интернет-среды позволяет не только сопоставлять многочисленные точки зрения, но и транслировать собственную без привязки к фактам (в форме личного мнения) [10]. В такой ситуации журналистика всё больше отходит от привязки к достоверности, что ставит каждый инфо-повод под сомнение аудитории, с одной стороны, видящей идеал журналистики в улучшении общественной жизни через непредвзятые репортажи, и с другой — ежедневно сталкивающейся с примерами слияния СМИ с пиаром, пропагандой, агитацией, лоббированием интересов и информационной войной с оппонентами [5].

При этом публичные выступления политиков также не воспринимаются как априори заслуживающие доверия, и этому есть ряд причин. Во-первых, срабатывает фактор личного опыта (когда более достоверной воспринимается информация, полученная на собственном опыте или опыте знакомых): почти каждый житель страны может привести пример того, как лично сталкивался с расхождением действий и слов власти. Во-вторых, большую роль играет сам стиль политических сообщений: сухой, казенный, без эмпатии, а также зачастую несвоевременный, в то время как основными психологическими и социальными критериями доверия (в любой сфере) являются доброжелательность, компетентность и готовность выполнять обещания [11]. Доверие к государству и СМИ тем выше, чем выше уровень уверенности в собственных силах и контроля за своим будущим. Такой парадокс можно объяснить как отсутствие ожиданий (со стороны власти в виде определенных социальных гарантий), которые, соответственно, не могут быть неоправданны [6].

Таким образом, современное состояние фактора доверия в триаде «общество-СМИ-власть» характеризуется противоречивостью информации, снижающей видение компетентности власти, экспертов и СМИ; коммуникационным разрывом в триаде, равнодушным и безэмпатийным характером коммуникаций; чувством несправедливости в исполнении властью своих обязательств.

Список литературы:

1. Абжаппарова А. А. Роль медийных образов государственных органов в формировании доверия граждан к власти (на примере министерства образования и науки Республики Казахстан) // Государственное управление. Электронный вестник. — 2015. — №52. — С. 177-191.
2. Бурова Ю. Е. Информационная политика и ее формирование в современных российских условиях // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. — 2014. — № 1 (123). — С. 21-34.

3. Киселёв А. Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью». — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 431 с.
4. Купрейченко А.Б. Психология доверия и недоверия. — М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008. — 571 с.
5. Лозовский Б. Н. Журналистика: техника безопасности. — Изд. 2-е, испр. и доп. — Тюмень : Вектор Бук, 2004. — 72 с.
6. Макушева М. О., Нестик Т. А. Социально-психологические предпосылки и эффекты доверия социальным институтам в условиях пандемии // Мониторинг. — 2020. — №6 (160). — С. 427-477.
7. Настольная книга по медийному саморегулированию. Коллегия как ресурсный центр: первый опыт работы в новом формате / под ред. Ю. В. Казакова. — М.: Творческий центр ЮНЕСКО, 2017. — Вып. 7. — 412 с.
8. Нестик Т. А. Долгосрочная ориентация личности: состояние и перспективы исследований // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. — 2020. — Т. 5. — № 3. — С. 110-140.
9. Нестик Т. А., Журавлев А. Л. Психология глобальных рисков. — М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2018. – 402 с.
10. Рассадина Т. А. Доверие к средствам массовой информации в условиях «общества риска» (на примере российских провинциальных городов) // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. — № 1. — 2012. — С. 61-70.
11. Hamm J. A., Smidt C., Mayer R. C. Understanding the Psychological Nature and Mechanisms of Political Trust. — PLOS ONE. — 2019 — Vol. 14. — No. 5. — Article e0215835.

References:

1. Abzhapparova A. A. A part of government media-image in national trust to power forming (using Ministry of Education and Science of The Republic of Kazakhstan as an axample) // Public administration. Electronic journal. — 2015. — №52. — Pp. 177-191.

2. Burova Y. E. Informational politics and its organization in modern Russian reality // News of Ural federal university. Ser. 1, Problems of education, science and culture. — 2014. — № 1 (123). — Pp. 21-34.
3. Kiselev A. G. Theory and practice of mass information. Socity-media-power : textbook for students, studying Public relations course. — Moscow: UNITY-DANA, 2017. — 431 p.
4. Kupreychenko A. B. Psychology of Trust and Distrust. — Moscow: Publishing House "Institute of Psychology RAS". — 2008. — 571 p.
5. Makusheva M. O., Nestik T. A. Socio-Psychological Preconditions and Effects of Trust in Social Institutions in a Pandemic. Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes. — 2020. — No. 6. — Pp. 427-447.
6. Lozovskiy B. N. Journalism: safety engineering. — 2nd ed., corr. — Tumen' : Vektor Book, 2004. — 72 p.
7. Desktop book about media self-regulation. Collegium as a resource center: the first experience of a new formation / edited by Y. V. Kazakova. — M.: Creative center UNESCO, 2017. — № 7. — 412 p.
8. Nestik T. A. The Long-Term Orientation of the Person: The State and Prospects of Research. Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Social and Economic Psychology. — 2020. — Vol. 5. — No. 3. — Pp. 110-140.
9. Nestik T. A., Zhuravlev A. L. Psychology of Global Risks. Moscow: Publishing House "Institute of Psychology RAS" — 2018. — 402 p.
10. Rassadina T. A. Media-trust in terms of a «risking society» (using experience of Russian provinces as an example) // News of higher education institutions. Volga region. Social sciences. — № 1. — 2012. — Pp. 61-70.
11. Hamm J. A., Smidt C., Mayer R. C. Understanding the Psychological Nature and Mechanisms of Political Trust. — PLOS ONE. — 2019 — Vol. 14. — No. 5. — Article e0215835.