

ТЕОРИЯ, ИСТОРИЯ, СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

УДК 316.77

ЗАВИСИМОСТЬ ОБЩЕСТВА ОТ КОММУНИКАТИВНЫХ РЕСУРСОВ: ФАКТОР ОПАСНОСТИ ИЛИ ОБЪЕКТИВНЫЙ ПРОЦЕСС

Кондратская В. Л.

*Таврическая академия (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», Симферополь
E-mail: kondratskaya@mail.ru*

В статье говорится о том, что безопасность коммуникативных ресурсов должна тщательно изучаться и носить системный характер. Наличие определенных слов-маркеров в текстах позволяет проверить его на «медиаэкологичность». Революция в области коммуникаций и информации предопределила смену мировоззрения. СМИ не только отражают действительность, но и интерпретируют, и конструируют её согласно своим интересам или интересам группы лиц, её контролирующих – «медиакратов».

Ключевые слова: коммуникативные ресурсы, безопасность медиаресурсов, ятрогенный фактор, медиаэкология, СМК, интернет, блоги.

ВВЕДЕНИЕ

Безопасность коммуникативных ресурсов должна быть предметом тщательного научного исследования одновременно с наличием совокупности целого ряда неотъемлемых признаков явления, подлежащего исследованию, начиная с наличия ясно выраженных и точно сформулированных признаков опасности: находящейся внутри указанных ресурсов, либо наступающей вследствие взаимодействия с ними. К этому ряду также относятся точно обозначенные условия, при которых эта опасность наступает, проявляется каким-либо способом. Для того, чтобы стать объективной частью определения фактора, явления, предмета, любое из свойств должно иметь сферу реализации / проявления. Так, например, газ хлор опасен для живых организмов, процессов их жизнедеятельности, но безопасен для ёмкостей, в которых он хранится. Опасность хлора проявляется при непосредственном контакте с живыми существами и является объективным следствием химических реакций газа с органическими соединениями. Безопасность хлора достигается предотвращением наступления указанных реакций, исключением контакта, или снижением концентрации хлора до уровня ниже предельно допустимого.

Исследуя объективные свойства коммуникативных ресурсов подобно тому, как исследуются процессы взаимодействия веществ и соединений, мы придём к заключению, что опасность не относится к числу их неотъемлемых и безусловных свойств. Каким бы преступным, экстремистским, человеконенавистническим ни

оказалось содержание транслируемого посредством коммуникативных ресурсов текста, он остаётся безопасным набором печатных символов до тех пор, пока не будет прочитан, осознан, и прочитавший его индивид не перейдёт к реализации содержащихся в нём идей или воззваний. Таким образом, опасность является дефиницией не отдельно взятого коммуникативного ресурса или совокупности ресурсов, а всей цепочки факторов: от зарождения опасных экстремистских идей, их формулирования, развития, до осознания потребителями и реализации ими определённых идей, следования призывам на практике. Опасность коммуникативных ресурсов является обстоятельством субъективным, зависящим от общественной, моральной, правовой и иной конъюнктуры.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

В данном случае мы рассматриваем фактор опасности чего-либо с точки зрения законодательства и особенностей функционирования государственных институтов Российской Федерации, считая опасным генерирование и распространение экстремистских идей и призывов. Однако для полноты понимания вопросов опасности либо безопасности использования коммуникативных ресурсов, необходимо отметить, что в отдельных слоях или сегментах гражданского общества опасными или неприемлемыми могут восприниматься и иные системные процессы генерирования, развития и воплощения идей. Например, движение «child free» (прибл. перев. с англ. «свобода от детей»), которое посредством информационно-коммуникативных систем / каналов расширяет число потребителей информации, определённая часть которых становится последователями этого мировоззрения, сознательно отказывающимися от продолжения рода. Может ли считаться безопасным и рациональным использование коммуникативных ресурсов для расширения числа сторонников этого неформального общественного движения? С юридической точки зрения, публикация аргументов в пользу отказа от рождения детей не признана опасной, не запрещена, и не влечёт за собой никакой ответственности. Но, безусловно, снижение уровня рождаемости имеет свои негативные оценки в сфере демографии, воспроизводства трудовых ресурсов, а в перспективе – и с позиций этики, культуры, религии и т.д. Распространение аргументации «свободы от детей» осуществляется в первую очередь именно в «новых медиа», по новым каналам коммуникаций. Это социальные сети, блоги, форумы, каналы видеохостинга, которые во всё большей степени действительно становятся средствами массовой информации, дополняя, а в ряде случаев и стремительно приходя на смену привычной традиционной «тройке» «старых» СМИ: прессе, телевидению и радио. Этого феномена мы коснёмся далее. При условии дальнейшего расширения числа сторонников идеи «child free», которое наиболее активно использует системы распространения информации по каналам новых медиа, отрицательные последствия этого мировоззрения, вместе с последствиями снижения уровня рождаемости по другим причинам, могут проявиться уже в обозримом будущем. Это, в первую очередь, изменение процентного соотношения трудоспособного и неработающего населения, этнического состава населения, пересмотр структуры системы образования и здравоохранения и т.п.

Ключом к пониманию и поиску путей устранения различных проблем безопасности и рационального использования коммуникативных ресурсов являются

исследования функционирования целостных системных процессов генерирования, развития и воплощения идей, где участие коммуникативных ресурсов имеет весьма значимую роль. Достаточно перспективным в работе в указанных направлениях нам представляется детальное изучение коммуникативных ресурсов в качестве ятрогенных факторов. В 1925 г. немецким психиатром О. Бумке был предложен термин «ятрогения» для обозначения негативного воздействия врача на больного. По мнению исследователей данного вопроса В.В. Деларю и С.А. Юдина,[3] проблема ятрогений является очень многогранной. Одним из актуальных вопросов в данном контексте представляется оценка роли средств массовой информации (СМИ), поскольку последние десятилетия характеризуются принципиально новыми информационными технологиями с качественно другими уровнями и формами производства, переработки и распространения информации; при этом констатируется особая значимость СМИ в формировании массового и индивидуального сознания.

В.В. Деларю и С.А. Юдин проанализировали направленность материалов в «бумажных» СМИ, посвящённых здоровью населения, и пришли к выводам, что в исследуемый период в достаточной степени возросло количество материалов на темы здравоохранения, оказания медицинской помощи, и всё чаще акцент этих материалов ставится на самолечение. С одной стороны, предполагают авторы, в этом есть положительный эффект – население получает определённую конкретную информацию, что делает ненужным обращение в медицинские учреждения по незначительным поводам. Но, с другой стороны, это имеет и отрицательный эффект: потенцируется самолечение (особенно сомнительными способами / средствами) со всеми вытекающими неблагоприятными последствиями; кроме этого, предоставляемая информация часто способствует формированию в массовом сознании негативного образа врачей, традиционной медицины и системы здравоохранения. Поэтому, по мнению исследователей, содержащиеся в СМИ материалы медицинской тематики являются преимущественно ятрогенным фактором.

Здесь мы вправе резюмировать удачное проецирование термина, привнесённого из другой науки, на проблему в сфере исследований безопасности коммуникативных ресурсов, что стало возможным благодаря пересечению нашего круга научных интересов с медицинской тематикой.

Обозначив, таким образом, наиболее актуальный перечень опасностей, наступление которых обусловлено включением коммуникативных ресурсов в процесс распространения определённых идей, учений, взглядов и даже рецептов, можно отметить, что зависимость общества от средств массовой информации также можно рассматривать и как одно из условий развития общества, так и в качестве глобальной опасности.

Вызывающий тревогу у многих аналитиков и общественных деятелей рост масштабов расширения медиаполя современных медиа, по нашему мнению не является самостоятельным медиапроцессом, а лишь побочным фактором лавинообразного расширения производств и технологий. Это и появление на рынке всё более доступной электроники, и развитие коммуникационной инфраструктуры: прокладка оптоволоконных линий, строительство новых «сот», т.е. приёмопередающих узлов мобильной связи, дата-центров, серверных станций и т.п. Так появление кинемато-

графа стало возможным не в результате некоего общественного запроса, но исключительно благодаря изобретению гибкой светочувствительной плёнки, которая пришла на смену стеклянным пластинам, что позволило сократить время экспозиции одного кадра с нескольких минут до долей секунды. Дальнейший бурный рост кинопроизводства (а вместе с ним и появление целой сферы культуры), изобретение звукового кино и цветной киноплёнки – стало результатом запроса уже сформировавшейся как огромный рынок киноиндустрии. На следующем витке спирали развития технологий мы отмечаем: происходящие в медиaprостранстве процессы вначале являлись лишь последствием, отражением глобальных перемен в мировой системе производства и развития технологий, но за короткий срок привели к созданию новых сфер медиарынков и сами стали весомым фактором развития производств и технологий. Транснациональные корпорации увидели в новых медиа новые рынки, новые инструменты манипуляции общественным сознанием, вплоть до воздействия на результаты выборов, решения законодательных органов и правительств. Правительства ряда государств уже продолжительное время используют новые медиатехнологии как один из важнейших инструментов расширения сферы влияния, вмешательства в политику других стран.

С этой точки зрения формирование, закрепление и дальнейший рост зависимости отдельных людей и социальных институтов от средств массовой информации является необходимым условием устойчивого развития медиарынков, увеличения влияния и доходов транснациональных корпораций, а также средств внешней политики правительств. Характеристики этой зависимости имеют много общего с зависимостью от табакокурения, алкоголя и наркозависимостью, и не только тем, что обусловлены заинтересованностью поставщиков продукта в прибылях, но и симптомами возникновения и развития зависимости: от любопытства, затем привыкания – до болезненной невозможности отказаться от потребления.

Осознавая чрезвычайную хрупкость экосистем медиaprостранства и отметив фактор соучастия, встроенности коммуникативных ресурсов в систему распространения и расширения опасных для общества тенденций, мы переходим к оценке повышения зависимости от средств массовой информации и массовой коммуникации.

В ситуации лавинообразного характера расширения потоков информации, что позволяет получать факты из различных источников, оценивать, анализировать и на этой основе делать собственные выводы, формировать собственную точку зрения, мы сталкиваемся с парадоксом «информационного фаст-фуда». Как отмечает исследователь этого феномена И.А. Пашипян [5], всё более частый отказ потребителя информации от собственного анализа и обращение к готовым моделям, предлагаемым СМИ, не является следствием лени или необразованности читателя и слушателя. Это прямое следствие роста потоков информации. И.А. Пашипян считает, что, современный человек живет в смеси подлинной, физической реальности и реальности воображаемой, виртуальной, что само по себе сопряжено с рисками неадекватного поведения. Сто лет назад внутренний мир человека формировался на основе личного опыта, опыта общения, профессиональной деятельности и путешествий, и в очень незначительной степени – на основе газетных сообщений. Внутренний мир того человека был не так широк, как современного, но более адекватен.

Вместе с тем, психика современного человека, в отличие от предшествующих поколений, стала сложнее, характеризуется большей степенью воображения. Именно воображение и сформированный под его влиянием виртуальный мир всё более определяет поведение человека в мире реальном. Виртуальный мир, включает И.А. Пашинян, наиболее подвержен воздействиям извне, манипуляциям, эти воздействия остаются практически незамеченными потребителем информации, ведь у современного человека развита иллюзия свободного выбора источников информации. Сформированный средствами массовой информации и коммуникационными ресурсами виртуальный мир воспринимается индивидом как собственная уникальная личность.

Общеизвестно, что с помощью СМИ рекламируются идеи, создаются удобные образы, навязывается массовая культура, образ жизни, услуги и товары. В целом создаётся система самоидентификации личности с определённым набором социальных, культурных, политических, этических взглядов, клише. Степень зависимости личности от принятых клише исследователь И.А. Акимов возводит до уровня власти. По мнению И.А. Акимовой[1] власть СМИ распространяется практически на все сферы общества в большей или меньшей степени. Наиболее ярко это проявляется в политической и социальной сферах, а также в сфере духовной жизни. Революция в области коммуникаций и информации предопределила смену мировоззрения. СМИ не только отражают действительность, но и интерпретируют, и конструируют её согласно своим интересам или интересам группы лиц, её контролирующих – «медиакратов».

Как уже было отмечено выше, СМИ задают модели культуры, поведения, модели отношений к явлениям социальной жизни, нередко имеющих мало общего с действительностью. СМИ как проводники массовой культуры стали определяющим образом влиять на формирование ценностных установок, стиля и образа жизни населения, особенно молодежи. Это очень важный фактор формирования социокультурной идентичности как индивидуальной, так и коллективной (групповой), а самоидентификация с определённой социальной группой порождает зависимость.

Исследователь А. Мозолин в соответствии с общей типологией социальной зависимости в обществе предполагает трактовки личной информационной зависимости и групповой (общественной) информационной зависимости:

Личная информационная зависимость возникает тогда, когда доступность информации, способов её получения находится в зависимости от особых интересов одного индивида. Если информационные потоки обусловлены этими интересами, социальная реальность искажается максимально. Характеристики, присущие социальной информации, – субъективность, изменчивость, высокая степень рассредоточенности в пространстве источников социальной информации, их обезличенность, свобода обмена социальной информацией – создают широкие возможности для искажения социальной реальности и формирования личной информационной зависимости. В современных обществах, когда концентрация и распространение социально значимой информации осуществляются в основном посредством государства и СМИ, возникновение личной зависимости является широко распространенным явлением. Развивая выводы исследования, можно также констатировать, что инфор-

мационная зависимость находится в прямой связи со степенью самоидентификации индивида с определённой социальной группой, личностью, генерирующей социальное клише / образы.

Групповая информационная зависимость возникает тогда, когда способы получения и доступность информации, а также её содержание связаны с интересами и совпадением характеристик самоидентификации в рамках одной группы. В современных обществах формирование групповой зависимости характерно не только для авторитарных систем управления, групповых по своей сути, но и для демократических. В них СМИ нередко находятся под влиянием тех или иных политических и экономических групп, реализующих посредством искаженной информации свои групповые интересы. В авторитарных обществах групповая информационная зависимость существует очень долго; она может существовать достаточно долго и в современных демократических обществах, так как источники информации о состоянии политических и экономических групп зачастую малодоступны не только для отдельных граждан, но и для независимых СМИ. Зависимость социальных институтов от СМИ обусловлена самой природой этих общественных объединений: их существование и развитие проблематично или вовсе невысказимо без распространения информации о своих целях и задачах, о своей деятельности, в той же степени они зависимы и от необходимости воспринимать и адекватно реагировать на актуальные тенденции. На основе входящей информации принимаются стратегические и тактические решения в экономике и политике, в сфере потребления, влияющие на положение и поведение больших масс людей. Примерами воздействия такого рода являются конфликты между государствами, конкурирующими корпорациями, колебания курсов ценных бумаг и валют на биржах. К новейшим примерам зависимости групп (социальных институтов) от СМИ и коммуникативных ресурсов можно отнести и так называемую «технология фейсбук-революций».

Переходя к выводам, можно отметить, что современные демократические общества и их институты не выработали способов эффективного и действительно рационального использования коммуникативных ресурсов, не защитили экологию медиасреды от вызовов и опасностей современного мира. Наличие этих опасностей, вместе с нарастанием зависимости социальных институтов и людей от средств массовой информации, является одной из угроз устойчивого развития общества и государства. Единственный эффективный способ регулирования опасностей и вызовов, связанных с использованием СМИ и коммуникативных ресурсов – тоталитарное устройство общества – сам по себе является главной опасностью и угрозой существования демократии.

ВЫВОДЫ

Перспективы развития новых медиа, использования новых коммуникативных ресурсов представляются нам разноректорным и парадоксальным. С одной стороны, это дальнейшая глобализация, концентрация инфоресурсов под контролем транснациональных корпораций-«медиакратов». Facebook, Google, в Российской Федерации – New Media Technologies (совладелец Mail.ru Group) и ряд других корпораций прямо или опосредованно контролируют интернет-коммуникации и коммуникативные ресурсы, вводят свою корпоративную этику и политику, а фактиче-

ски, свою цензуру. Блокируя одни аккаунты и поощряя («выводя в топ») другие, они навязывают потребителям информации систему взглядов и ценностей, закрепляют зависимость отдельных индивидов и социальных институтов от медиа, расширяют возможности эффективной манипуляции общественным мнением. С другой стороны, в той или иной степени осознавая эту угрозу, потребители информации сегментируют информационное поле, конкретизируют и актуализируют свой информационный выбор, тем самым в определённой степени сужая его (создание групп в социальных сетях, формирования «списка друзей», подписок на другие аккаунты, уход от средств массовой информации к немассовым). Сужение канала потребления информации, по мнению людей, отсекает излишние воздействия и манипуляции, ограничивая сферой, например, профессиональных интересов (IT-форумы или группы), или хобби (кулинарные сообщества, сообщества цветоводов), или житейских, личностных проблем (группы родителей детей с особыми потребностями, волонтёры) и т.п.

Список литературы:

1. Акимова И. А. СМИ как фактор формирования идентичности личности в обществе / И. А. Акимова // «Сервис Plus». – 2009. – №1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/lib-around/socio/media_identity.htm
2. Данилова Е. Г. Нестабильная социальная идентичность как норма современного общества / Е. Г. Данилова, В. А. Ядов // Социологические исследования. – 2004. – № 10.
3. Деларю В. В. Средства массовой информации: ятрогенный фактор или агенты здоровьесберегающей социализации населения [Электронный ресурс] / В. В. Деларю, С. А. Юдин // Успехи современного естествознания. – 2014. – №11. – С. 17-19. – Режим доступа: <http://vocale.ru/upload/pdf/2/15897.pdf>
4. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М.: Алгоритм, 2000. – 685 с.
5. Пашинян И. А. Риски лжи и фальсификации в современном обществе / И. А. Пашинян // Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики. – 2012. – №1.
6. Толковый словарь русского языка / Ожегов С.И.; Шведова Н.Ю. – Изд-во: М.: Аз, 1996.

SOCIETY'S DEPENDENCY OF COMMUNICATION RESOURCES: DANGER FACTOR OR OBJECTIVE PROCESS

Kondratskaya V.

This article is telling us that safety of communicative resources has to be learned thoroughly and be systematical. Presence of the certain marker words in texts lets us check it for the "media-eco-friendliness". The revolution in the communicative sphere and information determined the worldview realm. Mass Media are not only reflecting reality, but interpret and build it according to it's interests or interests of "mediacracies" - people who control it.

Key words: communicative resources, security of media resources, iatrogenic factor, media ecology, mass communication, internet, blogs.