

*На правах рукописи*

**ТРЕФИЛОВА Наталья Николаевна**

**Воздействие СМИ  
на общественное сознание электората в период  
стабилизации политической системы РФ  
(региональный уровень)**

**Специальность 23.00.02. - Политические институты,  
этнополитическая конфликтология,  
национальные и политические процессы и технологии**

**АВТОРЕФЕРАТ**

**диссертации на соискание ученой степени  
кандидата политических наук**

**Нижний Новгород - 2004**

Работа выполнена на кафедре политологии  
Нижегородского государственного университета имени Н.И. Лобачевского

Научный руководитель: доктор исторических наук,  
профессор  
**Устинкин Сергей Васильевич**

Официальные оппоненты: доктор философских наук,  
профессор  
**Савруцкая Елизавета Петровна**

доктор политических наук,  
профессор  
**Савинова Ольга Николаевна**

Ведущая организация: Санкт-Петербургский  
государственный  
университет

Защита состоится 21 апреля 2004 г. В 15 ч. на заседании диссертационного совета Д—212.166.10 в Нижегородском государственном университете имени Н.И. Лобачевского по адресу: 603005, Нижний Новгород, ул. Ульянова, дом 2, факультет международных отношений ННГУ имени Н.И. Лобачевского, ауд. 315.

С диссертацией можно ознакомиться в Фундаментальной библиотеке ННГУ имени Н.И. Лобачевского по адресу: 603950, Нижний Новгород, проспект Гагарина, д.23, корп.1.

Автореферат разостлан « \_\_\_\_ » марта 2004 г.

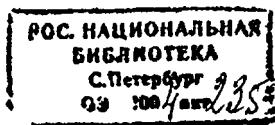
Ученый секретарь  
диссертационного совета,  
доктор исторических наук,  
профессор



**Корнилов А.А.**

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования объясняется значимостью средств массовой информации как наиболее эффективных инструментов воздействия на процесс трансформации политического сознания и мобилизации граждан для решения общественно значимых проблем. Сложившееся общественное равновесие и политический консенсус по вопросу о необходимости укрепления экономики и активизации преобразований в жизненно-важных сферах государственной и общественной жизни позволил правительству в июне 2000 года принять Программу социально-экономического развития и приступить к активному процессу реформирования. Однако, несмотря на то, что новая правительственная Программа была ориентирована на решение социальных вопросов через модернизацию систем образования, здравоохранения, занятости населения, проведение военной и пенсионной реформ и реформы жилищно-коммунального хозяйства, она не получила поддержки у значительной части членов общества. Процесс реформ пошел более медленно и сложно, нежели ожидалось в начале периода стабилизации. Формирование либерально-демократических ценностей в общественном сознании стало отставать от позитивных изменений в политической и экономической жизни страны. Поэтому изучение медиа-воздействия на политическое сознание нижегородцев в плане разрушения ценностей, установок и стереотипов времен социалистического государства советского типа и формирования новых системных ориентации (инноваций) представляют несомненный практический и академический интерес. С академической точки зрения актуальность темы диссертационного исследования обусловлена необходимостью поиска доказательств выдвинутого автором положения о том, что в наиболее благоприятный для проведения социально-экономических реформ период СМИ оказывают негативное воздействие на формирование системных ориентации в поддержку идей социально-экономических преобразований. С точки зрения укрепления политической системы РФ изучение механизмов и способов воздействия СМИ на общественное сознание электората необходимо для разработки практических рекомендаций органам государственной власти и управления, внесение корректив в содержание и технологии медиа-воздействия для преодоления деструктивных тенденций, полу-



чивших развитие в региональном коммуникационном пространстве в период стабилизации политической системы РФ.

Степень научной разработанности темы. С учетом многоаспектности характера исследуемой проблемы всю литературу по данной теме можно разбить на пять групп. Во-первых, это научные труды и монографии, посвященные политической социализации, в ходе которой происходит адаптация членов общества к данной политической системе. Сущность социализации стала предметом изучения многих видных специалистов, как отечественных (Ананьев Б.Г., Андреев Н.В., Бессонов Б.Н., Дмитриев А.В., Федосеев А.А., Шестопал Е.Б.), так и зарубежных (Даусон Е., Приуитт К., Рисман Д.). Формирование новых системных ориентации в процессе политической социализации под воздействием различных институтов способствует сохранению данной политической системы, а потому рассматривается как исключительно важная проблема. Ведущей среди институтов социализации является система массовых коммуникаций, в том числе - СМИ. Их роль на этапе перехода общества в постиндустриальную фазу развития, когда информация становится основным видом производимого товара, а СМИ - не просто каналами воздействия, а, скорее, инструментами манипулирования, исследовали Донсбах В., Еничке М., Кеплингер Х.М., Мюнклер Х., Пфетч Б., Тишлер В., Херманн М., Яррен О. Особая роль средств массовой информации США в жизни американского общества стала предметом изучения Грэбера Д., Дэнниса Д., Меррилла Д. Другие американские специалисты в сфере коммуникаций Emery M., Emery E., Keane J., Аронсон Э., Пратканис Э.Р., Питерсон Т., Сиберт Ф., Шрамм У., Харрис Р. и др. затронули в своих работах целы и ряд спорных вопросов, касающихся деятельности и степени влияния масс-медиа. К категории исследований воздействия СМИ на формирование политической психологии масс, то есть, обыденных представлений и взглядов на уровне дополитического сознания, как первоосновы долговременного процесса адаптации к данной политической системе, можно отнести работы Almond G. and Verba S., Dalton R., Davis D., Eckstein H., Inglehart R., Merriam Ch., Putnam R., М. Кастельса, Маркузе Г., Маслоу А., Тоффлера А., Парсонса Т и др.

Поскольку трансформация общественного сознания происходит под воздействием господствующей в обществе политической культуры, ко второй группе исследований отнесены работы, дающие системное представление о феномене политической культуры, развивающей политические ценности, к которым приобщаются индивиды в процессе социализации, и установки? соотносящиеся с теми или иными политическими

объектами данной политической системы. В диссертации осмысливается опыт российских исследователей этой темы: Гаджиева К.С., Гомерова И.Н., Дженисова А.И., Коробкова А.А., Курсака В.А., Назарова М.М., Шаповалова А.И., Четверикова А.В. и др., внесших вклад в изучение общих закономерностей формирования политической культуры, адекватной современной демократии, то есть - ее культурных предпосылок, выражающихся, в первую очередь, в системных ориентациях, связанных с поддержанием политической системы, как таковой. Кроме того, в исследованиях Абдокова С.А., Бабенко И.А., Нахимова А.П., Уваровой Н.Д., Шабанова А.В. и других найдено отражение тема особенностей политической культуры и политического поведения в контексте ориентации в отдельных социальных группах: интеллигенции, студенчества, молодежи, офицеров, женщин. Эти работы дополнили представления автора о продолжительном и противоречивом процессе политической социализации, развивающемся под воздействием политической культуры.

Необходимо особо выделить работы Карлсона Дж., который считает, что СМК остаются значимыми агентами влияния на общественное сознание даже тогда, когда их главной функцией становится развлекательность. Это мнение разделяют Easton D., Graber D., Greenstein F., Gerbner G., Gross L., Parenti M., Signorielli N. Направление научной мысли, рассматривающее политическую социализацию как процесс, проходящий под влиянием многократно повторяющихся в СМК сообщений, формирующих базовые знания, мнения и ценности, относящиеся к политической системе в целом и в отношении к отдельным политическим объектам, каким является, например, совокупность либеральных идей, отнесены к третьей группе.

Резко диссонируют с ними исследования представителей немецкой научной школы. Например, Мюнх Р., Херманн Михаэль К., Мюнклер Х. не отрицают, что повторяющиеся в СМК сообщения влияют на создание ценностей в общественном сознании, но при этом доказывают, что на современном этапе средства массовой информации как вид массовых коммуникаций своими функционально-структурными и культурными установками формируют процесс политического отчуждения. Представители этого научного направления, выделенного в четвертую группу, приводят доказательства того, что политическая система теряет поддержку общества и постепенно деградирует вследствие негативного воздействия масс-медиа.

Пятую группу исследований составили научные труды и монографии, среди которых работы Анохина М.Г., Комаровского В.С., Почеп-

цова Г.Г., Ситникова А.П., Чумикова А.Н., Шишкиной М.А. Эти исследователи доказывают, что целеполагающая деятельность, направленная на формирование поддержки данной политической системы, позитивных ориентации в отношении преобразования социальной реальности, на изменение существующих социальных практик является сутью отнюдь не журналистики, действующей на обширном поле СМК, а института по связям с общественностью - паблик рилейшнз, роль которого в период проведения социально-экономических реформ до сегодняшнего дня остается недооцененной.

Следует сказать, что в России отношение к СМИ как к одному из основных каналов воздействия на личность на современном этапе является противоречивым. Работы Абдеева Р.Ф., Афанасьева В.Г., Блок А., Ворониной Т.П., Грабельникова А.А., Дзялошинского И.М., Засурского И.И., Иларионовой Т.С, Коновченко СВ., Ланге Я., Мелюхина И.С., Мишелеева А.Г., Попова В.Д., Федякина И.А., Шкондина М. и других внесли вклад в осмысление современных коммуникационных процессов, оказывающих особое влияние на формирование системных ориентации у членов общества. Однако в целом все исследования российских ученых, еще недавно объединенных общим убеждением в том, что СМК играют роль проводников и воспитателей политической культуры, в настоящее время ведутся, как и на Западе, по двум основным направлениям.

К первому относятся работы, ориентированные на поиск доказательств того, деятельность СМИ прогрессивна, способствует реализации государственной социальной политики и разрешению конфликтов, проблем и противоречий в модернизирующемся российском обществе. Так, в диссертационных исследованиях Ведяшкина М.А., Давыдова Л.В., Лукницкого С.П., Нагорновой У.А., Овсянниковой О.В., Пумбатова Ф.Д., Тимофеевой С.Ю., Толчинского Л.Г. и др. эти доказательства нашли отражение на различных уровнях научного обобщения, с разной степенью насыщения фактическим материалом.

Ко второму направлению относятся работы Аргуновой Е.В., Березина Г.В., Горбунова А.С, Ковригиной О.В., Колодиева Н.Н., Лебедева А.А., Некрасова П.Ф., Щербакова А.Б. и других, в которых говорится о назревавшем в последнее время конфликте между обществом и средствами массовой информации, утратившими функции, способствующие процессам адаптации к политической системе. Системное представление этих авторов о СМИ как о многосложном социальном организме, претерпевшем за последнее десятилетие радикальные трансформации (социально-экономические, общественно-политические, структурные,

функциональные и типологические) совпадают с идеологией авторов фундаментальных исследований СМК, построенных на многолетних наблюдениях и снискавших признание во всем научном мире. Среди них назовем Аронсона Э., Бодрийяра Ж., Ортега-и-Гассет Х., Праткани-са Э., Росса Л., Нисберга Р., Харриса Р., Рубина Дж., Пруйта Д., Ким Хе Сунг.

В данной диссертации предпринята попытка построить исследование на принципах объективности и идеологической беспристрастности.

Научная новизна исследования состоит в том, что автором

1) проведен факторный, качественный и количественный анализ сообщений, связанных с проблематикой социально-экономического реформирования, определено их место в информационном пространстве региональных печатных СМИ. Несмотря на то, что именно эти сообщения лежат в основе усвоения индивидами ценностей и целей, декларируемых политической системой РФ в период стабилизации, подобный анализ до сих пор оставался вне поля зрения исследователей;

2) выявлены закономерности появления функциональных по отношению к данной политической системе и ее основной составляющей и дисфункциональных медиа-текстов в период подготовки и введения новых социально-экономических практик;

3) проведены прикладные исследования эффективных механизмов медиа-воздействия на процесс формирования новых системных ориентации у населения Нижегородской области;

4) проведен анализ медиа-текстов с точки зрения содержащихся в них идеологем, что продиктовано необходимостью установления наличия идеологического баланса, способствующего процессу формирования новых системных ориентации, или его нарушения, тормозящего процесс трансформации политического сознания граждан;

5) установлена статистическая закономерность увеличения общего числа медиа-текстов на тему социально-экономической модернизации под воздействием пиар-текстов на основе инноваций (либеральных идеологем).

6) предложены пути повышения эффективности конструктивного воздействия СМИ на общественное сознание населения.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования ее теоретических положений для продвижения конвенциональной модели коммуникации, то есть, такого типа взаимоотношений СМИ и общества, СМИ и власти, который поможет сформировать атмосферу доверия и солидарности, положительно воздействующую на трансформацию общественного сознания. На основании полученных в

ходе исследования данных могут быть разработаны конкретные рекомендации по повышению эффективности воздействия региональных СМИ на трансформацию общественного сознания, основанные на критериях оптимальной коммуникационной среды для проведения социально-экономических преобразований. Полученные доказательства и выводы могут быть использованы для преодоления деструктивных тенденций, получивших развитие под воздействием СМИ в региональном коммуникационном пространстве в период стабилизации данной политической системы.

Объектом исследования являются региональные печатные СМИ (Нижегородская область) как основные каналы формирования новых системных ориентации и их деятельность в период политической и экономической стабилизации.

Предмет исследования - используемые региональными СМИ коммуникационные стратегии и модели коммуникации для формирования системных ориентации электората, связанных с совокупностью либеральных идей социально-экономического преобразования.

Цель и задачи исследования. Целью диссертационного исследования является изучение и научное обоснование как оптимальных условий, так и сдерживающих факторов трансформации общественного сознания в зависимости от функциональной или дисфункциональной по отношению к данной политической системе деятельности СМИ. В соответствии с поставленной целью были сформулированы основные задачи исследования:

- выделение в СМИ факторов *разрушающего* и *конструирующего* воздействия на процесс трансформации общественного сознания электората;
- классификация региональных печатных СМИ (в том числе по ориентации на аудиторию как с относительно высоким, так и с относительно низким уровнем социальных ресурсов);
- классификация медиа-текстов в анализируемых СМИ на основе *функциональности* - *дисфункциональности* по отношению к данной политической системе;
- выявление в текстовых массивах региональной прессы существующих числовых закономерностей, дающих возможность для содержательной интерпретации анализируемых материалов с целью последующего научного осмысления представленной темы;
- проведение исследования медиа-текстов с точки зрения фактора *идеологем*, что диктуется необходимостью соблюдения СМИ идеологи-

ческого баланса, нарушение которого тормозит процесс трансформации общественного сознания.

Хронологические рамки исследования включают в себя период, начиная с 2000 года. В процессе посткоммунистической системной трансформации в РФ этот год является рубежом, отделившим время разрушения экономики от начала ее постепенного восстановления. Если в конце 1999 года появились первые признаки экономического роста, то в 2000 году рост ВВП составил 7,7%, что является наивысшим показателем за последние годы. Парламентские выборы в декабре 1999 года и президентские - в марте 2000, а также выборы, состоявшиеся в ряде российских регионов, обеспечили, несмотря на множество нерешенных проблем, необходимую политическую и экономическую стабильность и положили начало новому этапу развития российского общества. В социологии тенденции этого периода получили определение «великого перелома», так как индекс общественного настроения, долгое время имевший отрицательное значение, изменился. По данным социологических опросов, доля людей, считающих, что *«дела в стране развиваются в правильном направлении»*, впервые сравнялась с долей тех, кто ответил, что *«страна идет в тупик»*.

Теоретико-методологическую основу исследования составляют основные положения теории модернизации политической системы и демократического транзита. В работе использованы научные труды отечественных и зарубежных исследователей особенностей переходного периода, неизбежно сопровождающегося кризисными явлениями, в том числе, и в процессе трансформации общественного сознания, давшие автору отправной толчок в рассуждениях о сложностях процесса формирования новых системных ориентации у членов российского общества. В основу методологии дискурсивного исследования воздействия СМИ на трансформацию общественного сознания электората положены:

- междисциплинарный подход, основанный на политологии, социологии, теории коммуникаций, теории журналистики и пиарологии (теории связей с общественностью), что позволяет рассматривать и анализировать отдельные аспекты деятельности региональных печатных СМИ в контексте более широких систем целей, которым они служат;
- аксиологический подход к изучению медиа-воздействия на общественное сознание;
- рассмотрение процесса воздействия СМИ на трансформацию общественного сознания в динамике;

В диссертационном исследовании использованы исторический метод и метод сравнительно-сопоставительного анализа, структурно-функциональный анализ как возможность исследования различных элементов и определения их места в социальном взаимодействии, исследование баланса функций и дисфункций, анализ и синтез источников и материалов, систематизация и обобщение полученных выводов и результатов.

Эмпирическим базисом исследования являются:

1) законы РФ, документы и нормативные акты ЮНЕСКО, Евросоюза, правительства РФ, Международной Федерации журналистов, Союза журналистов России, Всемирного комитета за свободу печати, Фонда защиты гласности;

2) интервью автора исследования с представителями либеральной научной мысли, министрами Правительства РФ, депутатами Государственной думы и членами СФ.

3) первичный анализ текстов на тему проводимых социально-экономических преобразования в региональных печатных изданиях. В ходе фронтального исследования прессы было проанализировано 404 текста в 21 газете, включая региональные вкладки к федеральным изданиям. Исследуемый период - 2000 - 2002 год. Достоверность и оригинальность исследования обеспечивается контент-анализом и факторным анализом большого корпуса текстов, а также - репрезентативностью исследуемого материала;

4) вторичный анализ результатов и материалов всероссийских социологических исследований и мониторингов, проводившихся Институтом Социологии РАН, ВЦИОМ, научных докладов на базе Московской школы политических исследований, Академии «Гражданское общество». Независимого института социальной политики, Клуба региональной журналистики (Фонд «Открытая Россия»).

Апробация диссертационной работы. Основные положения диссертации прошли апробацию на семинарах Первого Всероссийского симпозиума «Актуальные проблемы социально-психологического консультирования и научного сопровождения избирательных кампаний» (Нижний Новгород, 2002 год), на пленарных заседаниях и «круглых столах» V международной научно-практической конференции по региональной культуре «Продвижение имиджа Нижегородского региона: опыт и перспективы» (Нижний Новгород, 2003г), в ходе работы Второй и Третьей международных конференциях в области связей с общественностью «Baltic PR Weekend» (Санкт-Петербург, 2002, 2003 г.г.) А также - на Всероссийских форумах Клуба региональной журналистики «Из

первых уст», посвященных проведению социально-экономических реформ в России (Москва, 2002, 2003 г.г.).

Диссертация обсуждалась на кафедре политологии Нижегородского государственного университета им. Н.И.Лобачевского и была рекомендована к защите.

Основные положения диссертации, выносимые автором на защиту:

- в период стабилизации, создающей оптимальные условия для модернизации в социально-экономической сфере, СМИ являются сдерживающим фактором трансформации общественного сознания и формирования ориентации в поддержку данной политической системы;
- в региональной прессе лидерские позиции занимает манипуляционный тип коммуникационных стратегий, который основывается на управлении поведением. Их использование имеет кратковременный эффект. Неравноправие сторон в коммуникационных действиях (производитель смысла управляет адресатом этого смысла) не только тормозит процесс трансформации общественного сознания, но и разрушает доверие общества к органам государственной власти и управления;
- либеральная пресса, использующая конвенциональные коммуникационные стратегии, главным содержанием которых является управление смыслом и установление диалогической коммуникации, имеет маргинальный характер;
- в период стабилизации политической системы региональные печатные СМИ способствуют нарушению идеологического баланса в пользу социалистических идеологов. Следствием является то, что большая часть аудитории, состоящая из «уже приспособившихся» к условиям новой жизни, находится в зоне конфликта между реальностью, которую отражает их политическое сознание, и интерполированной реальностью, которую СМИ представляют аудитории;
- наиболее эффективное влияние на трансформацию общественного сознания оказывает паблик рилейшнз как основной вид социотехнологической (технологической) деятельности, создавая оптимальную коммуникационную среду для продвижения в общественное сознание спектра идей, связанных с социально-экономической модернизацией.

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, выводов, заключения, списка использованных источников и литературы. В пяти приложениях представлены методические материалы и результаты первичной обработки эмпирических данных.

## II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования воздействия СМИ на процесс трансформации общественного сознания электората в период стабилизации политической системы, анализируется состояние ее научной разработанности, раскрываются объект, предмет, цель, основные задачи и методологическая основа диссертационной работы, ее научная новизна и практическая значимость.

Первая глава - «Теоретико-методологические основы исследования СМИ в политической системе РФ» посвящена анализу разрушения в общественном сознании прежних установок и ценностей, сформированных социалистическим государством советского типа, и его адаптации к современным условиям жизни под воздействием новой нормативной системы и ее символических механизмов регуляции; выявлены как оптимальные условия, так и сдерживающие факторы трансформации общественного сознания, соответственно формирующиеся функциональной или дисфункциональной деятельностью СМИ по отношению к данной политической системе.

Первый параграф - «Особенности изучения проблемы трансформации общественного сознания» - посвящена анализу теоретических обоснований трансформации общественного сознания в период социально-экономической стабилизации политической системы РФ, который является очередным этапом незавершенного переходного периода, а потому сопровождается неизбежными кризисами. В качестве методологического основания научного анализа воздействия СМИ на трансформацию общественного сознания электората, помимо междисциплинарного и аксиологического подходов, автором данного исследования был избран дискурс. Усиливающаяся тенденция дискурсного изучения и анализа языкового материала, имеющая общенаучный контекст, дала исследователям основание для введения понятия «дискурсивный переворот». Смена парадигм, отмеченная Cotteret J.-M. Gumperz J., Gee J. P., Hutchby I., Ja worski A. and Coupland N., Harre R., Flik T., Gillet G., ван Дейк Т. А., Барановым А.Н., Макаровым М.Л. и другими, основывается на принятии принципиально новой онтологии социально-психологического, человеческого гуманитарного мира, противопоставляемой традиционной онтологии материального физического мира с его пространственно-временными рамками. В соответствии с современной парадигмой, намного важнее знать *кто, кому, как, о чем и с какой целью что-то* сказал, чем получить ответ на вопрос - *когда?* Отсюда - поиски причинно-следственных связей между явлениями, сопровождающими

переходный период развития общества, в области коммуникативно-социального поля.

Алексеева Т.А., Ковлер А.И., Краснов Б.И., Рогачев С.В., Согрин В.В., Шестопап Е.Б. и другие отмечают несоответствие трансформации общественного сознания электората темпам развития политической системы РФ и говорят об отсутствии эффективных процессов передачи новых знаний, помогающих адаптироваться в современном обществе. Тормозящие процесс приспособления тенденции формируются индивидами под воздействием негативных внешних факторов. К таковым относятся неорганичный, «догоняющий» характер модернизации, низкий уровень доходов населения - «бедная демократия» и др. С другой стороны, они существуют параллельно с тенденциями общественной потребности в развитии, которые формируются такими же индивидами, но под воздействием других, положительных внешних факторов. Это демократические свободы, возможность самоопределения, частная собственность, рыночная конкуренция и т.д. В этой связи особое значение приобретают системные ориентации в поддержку данной политической системы и ее составляющих, формирующие личность, способную объективно оценивать политические явления и активно участвовать в практической деятельности. Направление ориентации определяется эффективностью воздействия различных институтов социализации, к числу которых относится и система массовых коммуникаций, включая СМИ.

В настоящий момент, по данным социологов, ядро адаптантов составляет не более 7% населения, относящегося к *идеальному среднему классу*. Общественное сознание этого класса динамично трансформируется, опережая уровень развития политической системы РФ. К *субъективному среднему классу* социологи относят приблизительно 40% населения. Общественное сознание этой группы трансформируется вслед за развитием политической системы с некоторыми отставаниями и зачастую превращается в сдерживающий фактор. Около 20% населения составляют *объективный средний класс*, общественное сознание которого предрасположено к динамичной трансформации. Политические ориентации этой категории населения направлены на поддержку как данной политической системы в целом, так и ее главной составляющей на данном этапе развития, связанной с реализацией комплекса либеральных идей социально-экономического реформирования.

**Во втором параграфе - «Структурно-функциональный анализ роли и места СМИ»** - анализируются изменения, вызванные глобализацией информационного пространства и восприятием информации в качестве

самостоятельного феномена политического процесса, что послужило основой для теоретической концепции информационного общества. Структурно-функциональный анализ роли и места СМИ в современной политической системе, проведенный автором, подтверждает наличие у них полномочий, позволяющих формировать повестку дня, позитивное или негативное отношение к происходящим социально-экономическим процессам, рейтинги политиков, которые, в зависимости от медийного ранжирования, могут стремительно расти или падать и т.д. Это является доказательством существования *властной функции* медиа. Не случайно в обиход входят термины «телекратия», «четвертая власть».

Автор говорит и об изменении в целеполагании современной российской журналистики как виде деятельности. Так как конечной целью эффективного воздействия субъектов информационного рынка (СМИ) на целевую аудиторию, потребляющую медийный продукт, становится получение прибыли от продажи изданий, программ и т.д., главной становится *экономическая функция СМИ*, обеспечивающая получение прибыли. Основному критерию успеха на информационном рынке соответствует и избираемая средствами массовой информации коммуникативная стратегия. СМИ не могут не иметь в виду, что основными для массовой аудитории являются негативные эмоции, активизация которых способствует увеличению объема продаж медийного продукта, но не повышению политической культуры и формированию общественного сознания, соответствующего уровню развития политической системы РФ. Следовательно, журналистика естественным образом утрачивает вмененную ей когда-то прежней системой традиционного общества *социальную функцию*. В настоящее время свободный, не регулируемый информационный рынок содержит в себе гораздо больше потенциальных очагов социального конфликта, чем в период монопольной власти государства на СМИ в традиционном обществе. Еще одна новая *функция самопрезентации*, непосредственно связанная с экономической, по мнению автора, начинает играть в системе массовых коммуникаций ведущую роль, так как является залогом выживания в условиях информационного рынка. Каждый новый коммуникатор (источник информации) вынужден добиваться внимания к себе, используя сенсационные события. Участие СМИ в конъюнктурном процессе - соревновании конкурирующих опасностей - также не формирует новых системных ориентации, трансформирующих общественное сознание вслед за развитием данной политической системы. Отсюда вывод автора о том, что на данном этапе, в силу произошедших функциональных преобразований, формирующих и особый характер коммуникационного дискурса,

СМИ, при сохранившихся информационной, идеологической и воздействующей функциях, уже не являются главными носителями новых установок и ценностей.

Научные взгляды в отношении роли СМИ на современном этапе развития политической системы РФ к настоящему моменту разделились: к первой группе исследователей относятся те, кто убежден, что деятельность СМИ способствует реализации государственной социальной политики, воспитанию толерантности и лояльности к политической системе и ее составляющим, помогает разрешению конфликтов, проблем и противоречий в модернизирующемся российском обществе. То есть, преимущественно *функциональна* по отношению к данной политической системе. Вторую группу составляют те, кто говорит о назревающем в период развития информационного рынка конфликте между обществом и всей системой массовых коммуникаций, которая зачастую не отвечает жизненным запросам общества и не использует свои социализирующие возможности для скорейшей трансформации общественного сознания, соответствующего уровню развития политической системы РФ. То есть, деятельность медиа преимущественно *дисфункциональна* по отношению к политической системе. Здесь же диссертантом приводится анализ одиннадцати основных теорий масс-медиа, основанных на различных взглядах в отношении когнитивной реакции аудитории и механизмов убеждения и манипулирования общественным сознанием.

**Третий параграф - «Модели коммуникации, используемые в масс-медийном пространстве».** Автор основывает анализ теоретических моделей коммуникации и инструментальных коммуникационных стратегий на концепциях, дающих возможность для научного обоснования различий между двумя базовыми моделями - тоталитарной и либеральной. Тоталитарная модель, генерирующая конфликты, в широком контексте общественных процессов является моделью, закрепленной законом. Она диктует взаимоотношения власти и СМИ на основе подчинения или конфронтации, являясь при этом доминирующей. Ей на смену в период посткоммунистической трансформации пришла либеральная модель, закрепленная общественным договором или традицией, позволяющая находить интегративные, взаимовыгодные решения и, таким образом, в процессе диалога предупреждать или гасить социальные конфликты. Различие между двумя базовыми моделями состоит в использовании разных типов коммуникативных стратегий, опосредованных моделью коммуникации: презентация (пассивная коммуникация), манипуляция (активная коммуникация), конвенция (интерактивная коммуникация).

Содержанием *презентации* является трансляция намерений, смыслов. Подобное представление информации, исключая возможность ее обмена или возвращения, закрепляет за получателем статус пассивного потребителя. Содержанием *конвенционализации* является управление смыслом, который порождается, «упаковывается» и транслируется внутри интерактивного, двухстороннего коммуникативного процесса, что способствует развитию общественного сознания и превращению пассивного потребителя информации в гражданина. Содержанием *манипуляции* является управление поведением, когда смысл порождается и «упаковывается» до начала активного, но одностороннего коммуникационного процесса. Специфическое «силовое» воздействие производителей информации (СМИ) является сдерживающим фактором развития общественного сознания. Объектом деятельности манипуляций являются граждане. Объектом деятельности конвенциональных коммуникационных действий являются социальные проблемы, а граждане выступают партнерами - инициаторами, помощниками, генераторами идей. Инструменты конвенциональных коммуникационных действий всегда открытые, в отличие от скрытых и тайных инструментов манипуляционных действий. Их использование имеет сильный, но кратковременный эффект, после чего доверие той части общества, системные ориентации которой могут быть направлены на поддержку данной политической системы, разрушается.

Таким образом, основные выводы автора по данному разделу исследования связаны с необходимостью реформирования базовой модели коммуникации с целью создания оптимальных условий для эффективного дискурса и достижения согласия в обществе по вопросам социально-экономических реформ.

Вторая глава - «Региональные печатные СМИ в процессе формирования политических ориентации электората» - посвящена анализу технологий воздействия региональных печатных СМИ на общественное сознание населения Нижегородской области, основанных на разных типах коммуникационных стратегий.

В первом параграфе - «Классификация региональных печатных СМИ» - автор предлагает классификацию по следующим критериям: политическая ориентация, собственник, частота выхода, количество и качество информации, содержательно-стилистические особенности и состав аудитории. По результатам контент-анализа 21 регионального печатного издания, 62% ориентированы на читателей невысокого образовательного уровня, с отсутствием требований двухсторонней аргументации, не готовых к самостоятельному анализу, с невысокими доходами, потребностями к развлекательной информации, с наиболее выра-

женными авторитарно-социалистическими представлениями, ядро которых составляет группа людей с относительно низким уровнем социальных ресурсов. Это количество является диспропорциональным по отношению к численному составу данной категории, составляющей, по данным социологов, 30-35% всего населения Нижегородской области. Уменьшению этой группы не способствуют и показатель относительной частоты сообщений, связанных с проблематикой социально-экономического реформирования. В общем объеме текстовых массивов региональной прессы в период с 2000 по 2002 год он составлял в среднем 0,61%. 404 проанализированных в исследовании текста разделены на две категории: 1) пиар-тексты или распространенные сообщения; 2) медиа-тексты, разделенные на подгруппы *функциональных* по отношению к данной политической системе и *дисфункциональных* сообщений. Из всех сообщений в региональных печатных СМИ на тему социально-экономических преобразований, общее число которых было взято за 100%, в период непосредственного введения новых социальных практик или реформ количество функциональных медиа-текстов сокращается до и меньше 30%, а число предвзятых, неаргументированных сообщений, маркированных негативно достигает 70%. Их воздействие на общественное сознание усиливается особенностью, связанной с более высокой информационной привлекательностью негативных сообщений.

**Во втором параграфе** - «Типология базового коммуникационного процесса» - анализируется активное коммуникационное воздействие печатных СМИ, Технология такого воздействия основана, во-первых, на актуализации негативного смысла посредством использования заголовков, выполняющих установочную функцию, во-вторых, на редукции информационной функции за счет актуализации воздействующей. По результатам анализа, до 70% текстов на тему реформ в период введения новых социальных практик маркируется негативно. Это означает, что через негативную установку на восприятие до 70% аудитории «выключается» из процесса аргументированного обсуждения уже на начальном этапе под воздействием искаженных региональными печатными СМИ представлений о реформах. Реальность сознательно интерпретируется в заостренно-ухудшенных образах, особенно, если это касается власти, властных структур и органов государственного управления, проводящих реформы. Содержанием подобного активного воздействия СМИ является управление поведением, то есть, манипуляция. Подобное манипуляционное воздействие на общественное сознание является признаком базовой тоталитарной модели коммуникации и, основанные на этой модели, способы взаимоотношений власти со СМИ на основе подчинения, или СМИ с властью на основе информационных войн вместо

партнерства, необходимого для достижения согласия в обществе. При этом манипуляционные коммуникационные стратегии поддерживаются усилиями элит, стремящихся во власть, и утверждающих собственные позиции в политическом пространстве на фоне контр-имиджа действующей власти. Региональные СМИ с этой целью используются в качестве каналов «игры на понижение».

В заключении второй главы делаются выводы, связанные с тем, что в период стабилизации политической системы задача реформирования базовой модели коммуникации региональными элитами не выполняется. Поэтому в обществе зреют внутренние противоречия, тяжело поддающиеся регулированию в тот самый момент, когда возникает необходимость обеспечить реализацию общей цели, связанной с проведением социально-экономических реформ.

Третья глава - «Перспективы повышения эффективности воздействия на общественное сознание населения» - посвящена доказательствам необходимости решения одной из самых сложных в данный момент задач, связанной с заменой тоталитарного типа базового коммуникационного процесса на либеральный, позволяющий находить взаимовыгодные варианты действий путем вовлечения противостоящих сторон, имеющих не стыкующиеся или плохо стыкующиеся интересы - населения и органов власти - в диалог с целью решения социальных и экономических проблем.

В первом параграфе изучается эффективность воздействия СМИ. Поскольку основным критерием эффективности является формирование у аудитории осознанного отношения к предмету, диссертанту необходимо было выяснить - с целью формирования какого именно отношения к проводимым реформам региональные СМИ используют факторы, способствующие эффективности воздействия на общественное сознание (частотность повторяемых сообщений, охват аудитории, непрерывность ведения информационной кампании)? В работе называются все техники и методы письма, которые нижегородская пресса использует с целью привлечения внимания и увеличения охвата аудитории посредством шокирующей, разжигающей социальные конфликты информации. Так, с помощью описательного, оценочного, игрового, комического, демагогического, предположительного методов внимание аудитории намеренно переключается с события на код (язык), вследствие чего происходит искажение информационного фокуса, и реальное событие становится лишь поводом для его описания. Кроме того, исследуется влияние символических механизмов регуляции, в том числе, сформированных прошлым *стереотипов* и *инноваций*, адаптирующих общественное сознание к ситуации переходного периода.

Термин «идеологема» используется для классификации макроструктурных единиц или понятийных структур, описывающих отношение к проводимым социально-экономическим преобразованиям, эмоциональные ассоциации, модели поведения, носящие характер сценариев. Автор опирается на выводы социологов: на этапе стабилизации политической системы РФ в общественном сознании 45% россиян доминируют либеральные, у 55% - социалистические идеологемы. Однако при этом 51% россиян говорят, что они «уже приспособились» к условиям новой жизни, то есть, в большей или меньшей степени приняли либеральные ценности (инновации). 20% граждан рассчитывают, что «скоро приспособятся», то есть, инновации не отрицают в принципе. Следовательно, на данном этапе системные ориентации 70% граждан могут быть направлены в поддержку данной политической системы и ее составляющей, связанной с идеями социально-экономического преобразования. Однако в преимущественном большинстве медиа-текстов на тему реформ, число которых в исследуемый период достигало 70% от общего количества подобных сообщений, отчетливо прослеживается фактор социалистических идеологем - стереотипов. Это идеологемы уравнительного распределения, анти-рынка, классовой борьбы, «раньше жизнь была лучше», «дикий капитализм», «против нас - весь мир!» Подобное воздействие, обеспечивающее необходимые частотность, непрерывность и широкий охват аудитории, формирует осознанное негативное отношение электората к проводимым преобразованиям с большим дисфункциональным эффектом по отношению к данной политической системе.

**Во втором параграфе - «Пути повышения действенности коммуникационного процесса»** - рассматриваются эффективные способы воздействия на общественное сознание на примере функциональных медиа- и пиар-текстов. По результатам исследования, число сообщений на основе рационального, непредвзятого обсуждения, формирующих современные представления в общественном сознании электората не превышало 30% в период непосредственного введения новых социальных практик. Если функциональные медиа-тексты были обнаружены только в «газетах-размышлениях», то пиар-тексты о проводимых преобразованиях размещались в печатных СМИ всех типов.

К характерным особенностям функциональных текстов автор относит: во-первых, снабжение информации о реформах позитивным «имиджем» (размещение и заголовков, повышающие социальную значимость); во-вторых, использование либеральных идеологем - инноваций («не только права, но и обязанности», идеологемы личного интереса, личной свободы и права выбора, разгосударствления, уважения к частной собственности, диктатуры закона, рыночной конкуренции, опти-

мизма и служения); в-третьих, актуализацию информационной функции; в-четвертых, наличие активной диалогичной, интерактивной коммуникации. В этих сообщениях формирование смысла сообщения, направленного на решение социальных проблем, и его трансляция происходят Внутри коммуникационного процесса, при активном участии не только производителя, но и получателя. Это позволяет говорить об использовании конвенциональной коммуникационной стратегии. Проведенный автором фронтальный контент-анализ дает основания для следующего вывода: пиар-тексты меняют представления о происходящих преобразованиях не только у читающей, но и у пишущей аудитории, то есть, у журналистов. Доказательством служит сокращение числа негативных, неаргументированных материалов в ходе проводимых в исследуемый период пиар-кампаний. Это сокращение было достаточно существенным и согласованным по разным видам реформ - до 0% от общей газетной площади, отданной теме социально-экономической модернизации, чтобы обладать практической и статистической значимостью.

Выводы третьей главы исследования базируются на том, что публичный пиар как основной вид социотехнологической (технологической) деятельности, способствующий приращению публичного (социального) капитала, может создавать оптимальную коммуникационную среду для продвижения новых идей. В свою очередь, конвенционализация как процесс управления смыслом способствует продвижению инноваций в общественное сознание электората. Следовательно, только после постановки политических вопросов конфликтного характера в публичной сфере, широкой огласки и непредвзятого анализа, они должны перемещаться в область конкретных законодательных, исполнительных решений и государственных программ. Предметным и функционально-стратегическим субъектом PR в таком случае должно стать государство в лице властных структур всех уровней, проводящее социально-экономическую модернизацию. Под предметом PR следует понимать формирование в общественном сознании системных ориентации, направленных на поддержку главной составляющей PS, связанной с реформами. Без государственного заказа качественное и количественное воздействие региональной прессы, не имеющей на данном этапе четкой общественной миссии и цели, соответствующих государственной идеологии, является сдерживающим фактором трансформации общественного сознания населения.

В заключении обобщены важнейшие результаты исследования и подведены основные итоги:

во-первых, в оптимальных для проведения социально-экономических преобразований условиях стабилизации политической

системы региональные печатные СМИ не оказывают необходимого позитивного воздействия на формирование новой системы ценностей в общественном сознании электората;

во-вторых, лидерские позиции в региональном коммуникативном пространстве занимает манипуляционный тип коммуникационных стратегий, разрушающих доверие общества к проводимым преобразованиям, а диалогическая, конвенциональная коммуникация носит маргинальный характер;

в-третьих, в прессе тиражируются преимущественно социалистические идеологемы (до 70% сообщений), то есть стереотипы, тормозящие процесс трансформации общественного сознания. При этом число *«уже приспособившихся»*, то есть сформировавших новые системные ориентации, направленные в целом на поддержку данной политической системы, составляет не менее 50%. Следовательно, как минимум 20% аудитории находится в зоне конфликта между сконструированной политическим сознанием реальностью и той интерполированной реальностью, которую представляют аудитории региональные печатные СМИ.

На основании полученных результатов автор исследования делает вывод о необходимости государственного заказа на формирование позитивного образа реформ в прагматическом контексте, подчеркивая их социально-ориентированную направленность, действуя функционально по отношению к данной политической системе и ее составляющим, но, при этом, не нарушая свободы слова и не подрывая доверия граждан.

#### Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

1. Трефилова Н. Десять лет спустя или Как важно сохранить свой имидж / Н.Трефилова // PR»Диалог (СПб.) - 2001. -№ 3-4. - С.51-57.
2. Трефилова Н. Коммуникация как один из способов достижения успеха / Н.Трефилова// Материалы Первого Всероссийского симпозиума «Актуальные проблемы социально-психологического консультирования и научного сопровождения избирательных кампаний» / Под ред. д.п.н. и д.э.н., проф. В.В.Новикова. - Н. Новгород: из-во ННГУ, 2002. -С.185-195.
3. Трефилова Н. Если обесценивается язык публичного общения / Н Трефилова // РЯ»Диалог (СПб.). - 2001. -№ 6. - С.75-77.
4. Трефилова Н. Практика и технология: «Криминальное чтение» / Н.Трефилова // PR»Диалог (СПб.). - 2002. - № 4. - С.38-41.
5. Трефилова Н. Каков пиар, такие и реформы / Н.Трефилова // PR»Диалог (СПб.). -2003. -№ 2-3.- С.66-70.
6. Трефилова Н. Реформы и их отражение в региональной прессе / Н.Трефилова: Материалы V международной научно-практической конференции по региональной культуре "Продвижение имиджа Нижегородского региона: опыт и перспективы", Н.Новгород, 21-23 мая 2003. Нижний Новгород, НГЛУ им.Н.А. Добролюбова, 2003. - 312 с. -С.138-141.

**Подписано в печать 17.03.2004. Формат 60х84 1/16.  
Бумага офсетная. Печать офсетная.  
Усл. печ. л. 1. Тир. 100 экз. Зак. 387.**

**Типография Нижегородского госуниверситета.  
Лицензия № 18-0099.  
603000, Н. Новгород, ул. Б. Покровская, 37.**



