

**Иосиф ДЗЯЛОШИНСКИЙ,**  
председатель Совета директоров Независимого института коммуникативистики,  
профессор Государственного университета – Высшей школы экономики

## **ГРАЖДАНСКИЕ КОММУНИКАЦИИ В НЕГРАЖДАНСКОМ ОБЩЕСТВЕ**

### **Какая коммуникация нам нужна?**

Проблематика медиаобразования стала в последние годы весьма популярной. Объясняется это тем, что люди оказываются встроенными во все более всеохватную и быстродействующую коммуникационную сеть, располагая все меньшей возможностью лично влиять на объем циркулирующей в ней информации или скорость информационных процессов, не говоря уж о том, чтобы их контролировать. Скорее наоборот: наша жизнь все существеннее определяется глобальной коммуникацией.

Во многих работах указывается, что в условиях глобальной информатизации современного общества актуальными становятся вопросы формирования личности, способной существовать в новой информационной среде. Данная конференция также посвящена проблемам оптимизации процессов формирования медиаобразовательных стратегий и практик в различных областях гуманитарных сфер человеческой деятельности. Однако, соглашаясь в принципе с необходимостью оптимизировать процессы адаптации личности к процессам, происходящим в медиасфере, считаю не менее важным анализ возможности «приспособления» информационной и коммуникативной среды к человеку. В более жесткой форме этот подход формулируется следующим образом: какими должны быть медиа, чтобы их деятельность соответствовала тем образам Человека, которые аккумулировались человечеством на протяжении тысячелетий и представляют собой тот идеальный конструкт, который воспроизводится в мировых религиях, народном творчестве, литературе и искусстве народов мира?

Вот лишь один пример. Мне не раз приходилось писать о том, что в рамках российской профессиональной журналистской культуры сосуществуют несколько альтернативных парадигм профессиональной деятельности, отличающихся друг от друга всеми компонентами, включая и нравственно-этический. Все они располагаются в своеобразном «пространстве», образуемом тремя векторами, в качестве которых выступают некие фундаментальные социально-профессиональные установки, определяющие общий характер отношения журналиста к аудитории.

Первая из таких установок ставит журналиста над аудиторией, определяя его право рассматривать своих читателей как объект управления (воспитания, формирования), а себя – как носителя или транслятора управленческих программ разного типа и уровня. Если попытаться одним

словом охватить конечный смысл деятельности журналиста, исповедующего этот подход, то этим словом будет «воздействие».

Подобного рода журналистская практика получила свое достаточно фундаментальное обоснование в работах многих теоретиков и исследователей, создавших комплекс стройных и по-своему совершенных концепций управляющего воздействия, опирающихся на представление об активной роли средств массовой информации, выступающих в качестве субъекта пропаганды, и пассивной (несмотря на многочисленные оговорки) роли аудитории, рассматривавшейся в качестве объекта идеологического, пропагандистского воздействия.

Вторая установка размещает журналиста рядом с аудиторией и ориентирует его на отношения информирования. В этом случае журналист считает своей основной профессиональной обязанностью поставлять аудитории разнообразные интересующие ее сведения, данные, материалы, оказывать помощь в выражении мнений.

Третья фундаментальная установка требует от журналиста находиться внутри определенного человеческого сообщества, рассматривать себя как заинтересованного участника совместного с аудиторией поиска решений сложных жизненных проблем. Главная идея такой журналистики заключается в том, что журналистам следует рассматривать читателей, зрителей, слушателей не как фон или пассивных наблюдателей, не как жертв различных обстоятельств, а как участников решения важных вопросов. Эта журналистика самоопределяется в таких терминах, как «гражданская», «коммунитарная», «гуманитарная» журналистика, журналистика соучастия и т.п.<sup>1</sup>

Основной функцией/ролью так понимаемой журналистики становится «модератор диалога». Это означает, что журналистика может и должна создавать среду для равноправного диалога между различными социальными группами – сколь ни велики они и не отличны по идеям, целям и организации, – в ходе которого могут разрешаться социальные противоречия и конфликты. Журналистика может и должна объединять в едином информационном пространстве противоречивые мнения и установки, которые, став достоянием общественности, именно на этом пространстве могут найти пути сближения или, во всяком случае, аргументы для доказательства собственной состоятельности. Эта функция особенно необходима в обществе, раздираемом конфликтами и расколотом на лагеря, обществе, не способном найти примирение на площадях и трибунах. Это та функция, которая способна перевести конфликт, разрушающий единство, в конфликт, выявляющий проблему и, тем самым, приблизить его разрешение

---

<sup>1</sup> Американский опыт функционирования гражданской журналистики изложен в книге: Эдвард Д. Миллер. Шарлоттский проект. Как помочь гражданам взять демократию в свои руки. – М., 1998. Российский опыт проанализирован в книгах: Роль прессы в формировании в России гражданского общества. – М., 1999; Роль прессы в формировании в России гражданского общества. День сегодняшний. – М., 2000.

не на уровне уличной потасовки, но на позициях разумного и прагматического публичного диалога.

Так какая журналистика «очеловечивает» человека, а какая «расчеловечивает»?

Такой поворот проблематики требует значительных исследовательских усилий и не может быть даже обозначен в небольшой статье. Однако можно попытаться вписать эти сюжеты в давно ведущиеся споры о том, что происходит с российскими СМИ в ситуации так называемого демократического транзита.

### **Гражданское общество в России: о чем спор?**

Многие исследователи до сих пор отказываются считать складывающееся в России общество подлинно гражданским. Эти исследователи исходят из того, что гражданским можно считать только такое общество, где широко развиты экономические, культурные, правовые и политические отношения между его членами. Соответственно, оно должно состоять из таких элементов, как персонифицированное отношение к собственности, развитая система пересекающих друг друга «горизонтальных связей гражданской активности» в лице общественных организаций (без участия государства), различных форм муниципального самоуправления и услуг. Кроме того, необходим социальный договор как основа стабильной жизни общества, широкая система независимых средств массовой информации. Важно наличие развитой системы частной жизни, которая неприкосновенна для любых внешних структур, а также разветвленная система права. При этом основными принципами функционирования гражданского общества должны быть индивидуализм, конкуренция и сотрудничество всех его участников.

Такое общество как социально организованная структура, возникшая за пределами политики, охватывает и политическую сферу, так как создает «малую» политику и экономику страны.

Так понимаемое гражданское общество предъявляет власти некоторые требования, которые заключаются в следующем:

- 1) она должна быть легитимной, т.е. пользоваться доверием граждан;
- 2) она должна быть демократической во всех своих формах;
- 3) она должна быть эффективной, т.е. выполнять возложенные на нее функции по защите благосостояния граждан, обеспечению их внешней и внутренней безопасности.

В свою очередь, гражданское общество призвано выполнять другие функции, которые жизненно важны для стабильного развития государства. Например, функцию социализации своих граждан в рамках культуры данного сообщества, гражданского правопорядка, коммуникативную, функцию солидарности относительно основных, жизненных ценностей, создания «нормы коллективного взаимодействия» граждан, регенерирующую, функцию жизнеобеспечения и социальной защиты на

низшем уровне, и многие другие. Но самая важная из них – формирование гражданского самосознания, которое заключается в развитии представления индивида об обществе и его социальном идеале. В этом отношении гражданское общество является социальной структурой незавершенного (открытого изменениям) характера.

Обобщая, можно предложить следующие критерии гражданского общества:

1. Достаточное количество индивидов, осознающих себя как суверенных, активных, свободных личностей. Наличие у этих индивидов развитого этико-правового сознания граждан, реализуемого в этико-правовом поведении. Наличие у этих индивидов жизненных навыков, позволяющих использовать имеющуюся свободу для самостоятельного принятия решений как по собственному поводу, так и по поводу политического и экономического развития страны.
2. Экономическая свобода, многообразие форм собственности, рыночные отношения, как необходимые условия для создания материальной базы, обеспечивающей реализацию различных потребностей граждан, в том числе и потребности иметь свободу.
3. Наличие структур и институтов (коммерческих и некоммерческих), созданных по инициативе граждан, как результат реализации предоставленных свобод.
4. Наличие демократического правового государства, основанного на принципе разделения и взаимодействия властей.
5. Реальное равенство всех перед законом и правосудием, надежная юридическая защищенность личности.
6. Безусловное признание и защита естественных прав и свобод человека и гражданина.
7. Невмешательство государства в частную жизнь граждан, их взаимные обязанности и ответственность.
8. Политический и идеологический плюрализм, наличие легальной оппозиции.
9. Свобода слова и печати, независимость средств массовой информации.
10. Эффективная социальная политика, обеспечивающая высокую степень национального согласия.

Российское гражданское общество в полной мере всеми этими чертами пока не обладает. В России, по сути, государство заменило собой гражданское общество.

Для того чтобы воссоздать гражданское общество, необходимо обеспечить не только ресоциализацию индивида, то есть возродить его автономность, восстановить солидарность с другими индивидами. Необходимо воссоздать общую ценностную базу, разделяемую значительной частью населения. В России подобной ценностной основы нет и в ближайшее время, скорее всего, она не появится, потому что слишком велика социальная дифференциация, которая не позволяет всем гражданам в полной мере

пользоваться своими демократическими правами. И слишком мал «средний класс» - костяк стабильности любого общества. Все это ведет к перекосам в политике, и, как следствию, к росту хаотических протестных настроений, способных снести любую систему даже демократического характера.

Остается надеяться, что со временем все же появятся необходимые предпосылки возникновения подлинного гражданского общества в России на четкой экономической базе. Соответствующие демократические институты, которые на данный момент существуют больше как идеологические концепты, заработают соответственно своим функциям, превращая политическое действие в технологию решения социальных проблем, а власть – в доверенных чиновников от общества. Государство перестанет (по старой памяти) пытаться играть роль общественного ментора. А российское общество научится жить самостоятельно, перестав полностью возлагать ответственность за свое благополучие на новую социальную политику власти.

### **Информация некоммерческого сектора или гражданские коммуникации?**

Одним из следствий перехода России от тоталитарного к демократическому типу развития явилось возникновение множества негосударственных некоммерческих структур, которые в своей совокупности образуют так называемый третий сектор<sup>2</sup>. Основными признаками, свидетельствующими о принадлежности той или иной организации к третьему сектору, являются добровольный характер объединения, самостоятельный выбор направления деятельности и способов достижения поставленных целей, юридическая дистанцированность от государственных структур, отсутствие коммерческого интереса, общественная польза. Согласно Гражданскому кодексу РФ, это общественные объединения; фонды; учреждения; объединения юридических лиц (ассоциации, союзы); потребительские кооперативы; органы самоуправления граждан во всех сферах жизнедеятельности общества.

Если принять за основу этот секторальный подход к структуре общества, то неизбежно выделяются три вида коммуникационных процессов – государственная коммуникация, бизнес-коммуникация и ... а вот как назвать коммуникацию, субъектом которой является некоммерческий сектор, современная наука еще не решила. Обычно говорят об «общественной коммуникации» или «публичной коммуникации». Однако ни тот, ни другой термин, на наш взгляд, не годится. Общественной (или социальной) является любая коммуникация, обеспечивающая информационные связи в обществе. Понятие «публичная коммуникация» целесообразно прибегать для

---

<sup>2</sup> Двумя другими секторами являются государственный и корпоративный.

определенного вида коммуникаций, обслуживающих интересы различных «публик»<sup>3</sup>.

Возникает вопрос, без ответа на который дальше двигаться трудно. Является ли некоммерческий сектор реальным субъектом коммуникаций, осознающим себя в качестве отдельного субъекта, имеющего свои интересы, знающего, через какие каналы коммуникации он может эти интересы отстаивать, и так далее? Либо некоммерческий сектор – это россыпь организаций, каждая из которых следует своей собственной цели, пользуясь случайными каналами коммуникации, и, достигнув цели, тут же прекращает какие бы то ни было коммуникации?

Если мы примем точку зрения, что некоммерческий сектор, вырастая и развиваясь, становится самоосознающим субъектом коммуникации, тогда возникают вопросы: какие каналы он использует? какой контент, циркулирует по этим каналам? кто входит в состав аудитории этого коммуникативного процесса? и так далее. Если же гражданское общество – это просто некий набор относительно самостоятельных организаций, не желающих никак взаимодействовать ни друг с другом, ни с разными группами населения, тогда вопрос о выделении специальной гражданской проблематики – это бессмысленный вопрос. Тогда организация пользуется первой попавшейся газетой, выходит на первый попавшийся телевизионный канал и т.д. Главное – заявить о себе и тут же уйти из поля коммуникации.

Разумеется, обозначенный выше секторальный подход к выделению гражданских коммуникаций не исчерпывает все возможные подходы. Например, я исхожу из того, что гражданское общество - это не просто набор механизмов, структур, институтов, а некий дух, позволяющий конкретному индивиду постоянно ощущать, что он значимый элемент общественной жизни, что все остальные структуры существуют для того, чтобы он жил и развивался, чтобы его единичный голос был весомым аргументом в выборе путей развития общества. Поэтому речь должна идти не о том, созданы или нет условия для существования и деятельности неправительственных, некоммерческих организаций, а о том, в какой мере каждый конкретный гражданин может принять участие в поиске, обсуждении и принятии решений, хотя бы непосредственно касающихся его самого.

---

<sup>3</sup> Понятием «публика» обозначается, по Арендт, группа людей, видящих друг друга (как на греческой агоре), а по Хабермасу слышащих друг для друга. Для Арендт в описании публики важны пространственные метафоры (такие как «пространство появления», «город и его стены»). Хабермас предпочитает описывать ее как виртуальную общность, идентичность которой складывается с ростом печатных изданий и образована общностью тех, кто читает, пишет и интерпретирует.

Хабермас подразделяет «сильную», институциональную, и «слабую», неформальную, публики. Первая – организованная, формальная – наделена прерогативами принятия и достижения решений. Вторая – неорганизованная, неформальная – есть «публичная сфера», формирующая общественное мнение, распознавая новые проблемы, которые нуждаются в широком рассмотрении людьми, свободными от бремени принятия решений. Публичная сфера состоит из множества подсфер, которые функционируют самостоятельно, но связаны друг с другом множеством нитей. Публичная сфера, согласно Хабермасу, есть неформальная сеть для обмена информацией и точками зрения. Подобно жизненному миру в целом, публичная сфера воспроизводится через коммуникативное действие, для которого достаточно владения родным языком.

С этой точки зрения, главное отличие гражданского общества от негражданского, что бы мы ни вкладывали в эти понятия, - это особый тип информационных коммуникаций, а не наличие большого количества некоммерческих структур. То есть гражданское общество – это то общество, где есть горизонтальные связи, которые не контролируются властью, которые позволяют людям обмениваться программами жизнедеятельности, координировать взаимодействие в публичной и общественной сферах и так далее. Следовательно, возможен функционально-ценностный подход, с позиций которого гражданскими называются:

- \* коммуникации, способствующие становлению и развитию гражданского общества, продвигающие ценности гражданского общества;
- \* коммуникации, разделяющие определенные принципы, реализующие определенные цели, решающие определенные задачи.

Понятно, что с позиций этого подхода основным субъектом гражданских коммуникаций является гражданин, то есть человек, обладающий широкими правами, адекватными международной Хартии прав человека, знающий свои права и умеющий их защищать, нетерпимый к любым проявлениям насилия и произвола, человек честно, по велению сердца выполняющий свои обязанности, чувствующий неразрывную связь с Отечеством, его прошлым, настоящим и будущим, постоянно берущий на себя ответственность за его судьбу, своими конкретными делами помогающий стране стать сильнее и богаче.

Другими словами, гражданин, это индивид, для которого характерны:

- *социально-гражданская компетентность*, в основе которой - совокупность знаний, позволяющих личности свободно ориентироваться в жизни гражданского общества, правильно определять способы своего поведения и жизненные планы;
- *гражданственность* — наличие у человека системы социально значимых нравственных ценностных ориентиров, питающих чувства причастности к судьбе Отечества, определяющих готовность принять на себя моральную ответственность за прошлое, настоящее, будущее, установку на активное участие в развитии своей страны, в общественной жизни в формах, отвечающих моральным и правовым нормам;
- *гражданская активность* - накопление опыта реальных социально значимых дел, участия в гражданских объединениях и акциях, направленных на защиту прав граждан, укрепление правопорядка и т.п.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что понятие «гражданские коммуникации» существенно шире, чем понятие «коммуникации некоммерческого сектора».

К сожалению, процесс осмысления всех параметров информационно-коммуникационной вооруженности гражданского общества сталкивается с серьезными проблемами.

Вот лишь два сюжета.

Можно предположить, что эффективность влияния гражданского общества на все сферы общественной жизнедеятельности (политику, экономику, социальную сферу, культуру) определяется:

- \* количеством и качеством информационного ресурса, которым располагает гражданское общество;
- \* количеством и качеством средств коммуникации, пользуясь которыми, гражданское общество может доносить свои интересы, ожидания, идеи до власти, бизнеса, населения.

В свою очередь, состояние гражданского информационного ресурса определяется доступом граждан и структур гражданского общества к различным источникам информации, а состояние коммуникационного ресурса определяется имеющимися возможностями использования существующих каналов коммуникации и возможностями создания собственных каналов коммуникации.

Значение доступа граждан к информации государственного сектора как средства обеспечения прозрачности правительства и участия граждан в демократическом процессе признается в Европе по меньшей мере с 1950 года, когда Советом Европы был подготовлен проект Европейской конвенции о правах человека. Статья 10.1 этого документа гласит: *"Каждый имеет право на самовыражение. Это право включает свободу выразить свое мнение, а также получать и сопоставлять информацию и идеи без вмешательства государственной власти и невзирая на границы"*.

Как же обстоит дело в России с реализацией права на информацию? Проводимые различными независимыми организациями исследования показывают, что сегодня в России нет ни одного региона, в котором был бы создан благоприятный режим для всех стадий создания и распространения информационного продукта.

Данные, полученные в ходе проводившихся нами исследований, говорят о том, что количество опрошенных россиян, которые оценивали бы свою информированность по основным сферам общественной жизнедеятельности как высокую, не превышает 10-15 процентов. Что касается деятельности органов власти, то как высокую оценивают степень своей информированности шесть процентов опрошенных, как среднюю около 30 процентов, как низкую свыше пятидесяти и около 15 процентов затруднились с ответом. Хуже всех оценивают свою информированность жители больших городов.

Имеющиеся данные свидетельствуют о том, что к числу информационно активных граждан можно отнести примерно 18 процентов опрошенных, которые заявили, что довольно часто пытаются получить дополнительную информацию по различным интересующим их вопросам. Еще 36 процентов опрошенных пытаются получить дополнительную информацию от случая к случаю. Все остальные либо очень редко, либо никогда не стремятся получить дополнительную информацию, либо затруднились ответить на этот вопрос. Однако такие исследования

проводятся от случая к случаю и построить на их основании полную картину информированности гражданского общества трудно.

Экспертам предложили оценить возможности влияния гражданского общества в целом и некоммерческого сектора в частности на состояние и развитие коммуникационной сферы, Участники опроса согласились с тем, что возможными критериями оценки влияния гражданского общества на развитие коммуникационной сферы могут быть следующие:

- \* наличие Общественных советов при СМИ;
- \* наличие общественных организаций, ведущих гражданский мониторинг СМИ и информирующих общественность о результатах своих исследований;
- \* количество и основные характеристики СМИ, созданных при участии некоммерческих организаций;
- \* количество и основные характеристики Интернет-ресурсов некоммерческих организаций;
- \* количество и качество публикаций в СМИ, посвященных проблемам гражданского общества;
- \* количество и качество обучающих программ для журналистов, реализованных некоммерческими организациями и посвященных проблемам гражданского общества;
- \* совместные проекты СМИ и структур гражданского общества;
- \* количество массовых акций, посвященных СМИ или отдельным журналистам, и их эффективность;
- \* количество инициативных обращений граждан и структур гражданского общества в различные органы по поводу деятельности СМИ и других средств коммуникации и характер ответа на эти обращения.

Однако ни по одному из этих критериев нет сколько-нибудь надежной статистики.

## **СМИ в системе гражданских коммуникаций**

Хорошо известно, что одним из главных принципов «демократического контракта» - соглашения между обществом и властью, полагающего, что власть устанавливается, распределяется и контролируется обществом в публичном пространстве, - является свобода формирования и выражения мнения гражданином. Очевидно, что реализация этого принципа зависит от деятельности средств массовой информации, ориентированной на непрерывный диалог. Но для российской прессы эта аксиома, не опровергаемая ни политиками, ни журналистами, остается чисто теоретическим пассажем, поскольку власть, пресса и общество «на самом деле» существуют в социальном пространстве параллельно.

Как указывают исследователи, имитация демократических преобразований извратила содержание и одной из основных функций СМИ, реализация которой обеспечивает искомое согласие в плюралистическом

обществе, где конфликты признаются и регулируются публично, - функцию «посредника». Опыт других стран показывает, что, выступая «посредником», средства массовой информации осуществляют диалогическую коммуникацию, содействуя соглашению между сторонами, придерживающимися разных и часто полярных взглядов. Передавая гласности позиции сторон, привлекая экспертов, независимых арбитров, предоставляя слово всем заинтересованным сторонам, СМИ становятся площадкой, форумом, на котором обсуждаются разные позиции и вырабатывается новое знание о целях и способах дальнейшего взаимодействия. «Посредничество» российской прессы больше похоже на деятельность торгового агента, заинтересованного в выгодной сделке и получении соответствующего денежного вознаграждения.

Следует также иметь в виду, что сращивание капитала и власти углубляет зависимость информационных предприятий от их владельцев. Пресса теряет свою автономность и превращается в контролируемого информационного лоббиста.

Следовательно, массовые коммуникации, осуществляемые при посредстве СМИ, лишь в малой степени могут считаться гражданскими коммуникациями. Скорее, таковыми могут считаться разнообразные интернет-рассылки, сайты и порталы. Однако масштаб этих коммуникативных инициатив несоизмерим ни масштабам страны, ни задачам, которые стоят перед гражданским обществом.

Рассматривая роль СМИ в системе гражданских коммуникаций, следует выделить два аспекта: освещение в СМИ проблем становления гражданского общества и деятельности некоммерческого сектора России с одной стороны и участие СМИ в создании и распространении информации, которая помогала бы гражданам понимать происходящие в обществе процессы и принимать эффективные решения.

Что касается освещения проблем гражданского общества, то, по данным исследования, проведенного Независимым институтом коммуникативистики в 2006 году, общенациональные российские СМИ довольно активно используют словосочетание «гражданское общество». Особенно энергично пишет о гражданском обществе «Российская газета». Правда, в основном это словосочетание возникает в цитатах из выступлений высоких государственных чинов.

Согласно полученным данным, среди материалов, в которых упоминается гражданское общество, преобладают публикации с нейтральной модальностью (71,7 процента от общего числа упоминаний). Положительная модальность встречается в 19,2 процентах статей, а отрицательная – всего в 9,2 процентах. Таким образом, пресса как бы демонстрирует: мало кто в обществе знает, что такое гражданское общество, зачем оно, чем хорошо, хотя, судя по проанализированным публикациям, ничего плохого с гражданским обществом обычно не связано.

Что касается региональной прессы, то исследование, проведенное под руководством заведующей кафедрой журналистики Казанского

университета, доктора философских наук С.К. Шайхитдиновой в 2005 году, показало, что вне зависимости от формы собственности источника информации и его позиционирования на информационном рынке главным персонажем является власть. Проведенное исследование зафиксировало региональное выражение политической ситуации в стране: бизнес и гражданские инициативы находятся в зачаточном состоянии и полностью зависимы от власти. Власть не дает им развиваться самостоятельно. Факты, свидетельствующие об этом, позиции по этому поводу не попадают в публичное пространство в силу отсутствия свободы слова.

Персонажи бизнеса в государственных СМИ практически отсутствуют или упоминаются с подачи персонажей власти (должностное лицо в очередной раз указало на необходимость поддержки малого и среднего бизнеса и пр.). В изданиях с акционерной формой собственности темы, связанные с бизнесом, не рассматриваются как социально значимые. Публикации, посвященные отдельным фирмам и бизнес-организациям, носят, как правило, рекламный характер, хотя и не имеют на это указаний.

Образ гражданского общества неоднозначен и противоречив. Как правило, гражданские инициативы носят благотворительный характер: открытие общественного благотворительного фонда, отправка гуманитарной помощи, организация бесплатного похода в музей для детей интерната и т.д.

Таким образом, можно сказать, что властным органам и чиновникам в представлении СМИ отведена роль информационной элиты, тогда как «бизнес» и «гражданское общество» оказались «информационной массой». При этом, если оценивать уровень иерархии, то гражданское общество оказалось в самых «низах».

Что касается участия СМИ в создании информационной картины действительности, то проводившиеся исследования дают основание для вывода о том, что современная российская журналистика не может считаться надежным источником достоверной информации. Связано это с тем, что у журналистов, как и других групп граждан, недостаточно возможностей для получения информации из первоисточников. Частота отказов в предоставлении журналистам информации все последние годы колеблется вокруг некоего «осевого» уровня. В 1996 году примерно 30 процентов опрошенных журналистов жаловались на то, что им часто отказывают в информации, в 1997 году таких было 24 процента, в 2002 году – 29 процентов уверенно утверждали, что им часто не дают информацию, в 2005-2006 годах таковых было 30 процентов. Количество журналистов, которые утверждали, что им отказывают в информации, но редко, все эти годы также было стабильным – 60 процентов.

Отбор и полнота представляемой аудитории информации определяют качество информированности граждан. Информированность как важнейший когнитивный компонент сознания в значительной степени рационализирует отношение граждан к социально-политическим процессам, влияет на уровень компетентности общественного мнения и стимулирует социальную активность. Можно предположить, что пассивность населения, вызывающая

удивление народная терпеливость, помимо объективной причины (усталости от борьбы за выживание), имеет и информационную составляющую: СМИ не дают той информации, которая бы позволяла видеть перспективы.

Однако нельзя умолчать и о другой стороне проблемы. Специалисты давно говорят и пишут о том, что наиболее эффективной технологией взаимодействия с аудиторией в рамках гражданских коммуникаций является диалог.<sup>4</sup> Диалог межличностный, диалог межгрупповой, диалог национальный. В реализации национального диалога по основным проблемам становления и развития гражданского общества значительную роль могут сыграть СМИ. Но для этого журналистское сообщество должно пойти на глубокий контакт с организациями «третьего сектора». Структуры гражданского общества должны помочь журналистам осмыслить их роль в становлении и развитии гражданского общества, что требует проведения постоянного и доказательного гражданского мониторинга СМИ. Как уже отмечалось выше, в «повестках дня» современных российских СМИ, принадлежащих к группе общественно-политической прессы как регионального, так и общероссийского уровня, обнаруживаются значительные перекосы; с одной стороны - гипертрофированные объемы информации о деятельности властных структур; с другой - дефицит информации о социальной сфере, судебной системе, соблюдении прав человека, последствиях экономических реформ, судьбе городов с промышленной моноструктурой, взаимодействии (культурном, экономическом) центра и регионов, экологии, ответственности чиновников, распределении бюджетных средств, международных финансовых заимствованиях.

## **Интернет в системе гражданских коммуникаций**

В системе интересов гражданских коммуникаций Интернет занимает особое место. Интернет выступает одновременно и как среда, имеющая собственную публику, и как источник информации для других медиа-средств. Он является также «творцом» информационных потоков, позволяя участвовать в их создании индивидуумам и группам лиц, ранее находившимся в маргинальной ситуации. Дискриминируемые или изолируемые этнические сообщества, обездоленные социальные группы, местные общественные движения, запрещенные политические формирования – все они получают с помощью Интернета возможность открыто, собственными словами рассказать о своем положении, сформулировать свои

---

<sup>4</sup> Можно вспомнить не потерявшую актуальности работу С. Муратова «Диалог: Телевизионное общение в кадре и за кадром». - М.: Искусство, 1983. Есть интересная книга Т.З. Адамьянц «К диалогической телекоммуникации: От воздействия к взаимодействию» (М., 1999) и др. Из общетеоретических работ можно назвать такие: Прохоров Е.П. Режим диалога для демократической журналистики открытого общества. - М., 2002; Груша А.В. Формы и методы организации взаимодействия субъектов политики. Пресса и политический диалог. - М., 2001; Реснянская Л.Л. Двусторонняя коммуникация: методика организации общественного диалога. - М., 2001. Реснянская Л.Л. Общественный диалог и политическая культура общества. - М., 2003.

требования в обход государственных органов и каналов, контролируемых крупными медиа-объединениями. Эта роль Интернета усиливается электронной почтой, которая, в свою очередь, является «новой средой» в сфере коммуникации. Следовательно, «виртуальные сообщества» становятся реальностью. Интернет помогает также охватить новую, более молодую аудиторию, уже подготовленную интерактивными видеоиграми к выходу на рубеж кибернетического мира<sup>5</sup>.

Современное общество характеризуется высокой степенью фрагментации, и многочисленные группы давления, отстаивающие свои корпоративные интересы перед государством, социальные движения и инициативы становятся не менее, чем партии, значимыми акторами политического процесса. Интернет с его коммуникационными возможностями выступает в качестве мультипликатора фрагментации общества на самоорганизующиеся виртуальные группы интересов, не зависящие (или, по крайней мере, в меньшей степени зависящие) от времени и административно-географического пространства распространения информации и общения и обладающие большим мобилизационным потенциалом. Эти интернет-сообщества людей с общими интересами определяют во многом социальную и политическую повестку дня и изменяют дискурс социальных и политических дебатов по широкому кругу вопросов. Их масштабы и потенциал влияния хорошо демонстрирует движение антиглобалистов, собирающее сотни тысячи своих сторонников со всех стран для проведения акций протеста в различных странах мира<sup>6</sup>.

Сетевые информационные технологии порождают новые способы мобилизации, примером которых может служить движение «флэш-моб» – «мгновенная толпа», охватившее сегодня такие страны как США, Германия, Англия и Канада, и недавно дошедшее до России. «Флэш-моб» использует для подготовки и проведения массовых акций своих сторонников Интернет-сайты, электронную почту, рассылку текстовых сообщений с персонального компьютера на мобильные телефоны и в обратном направлении (в формате SMS).

Таким образом, коммуникационной средой, в которой осуществляется сетевое взаимодействие граждан, организаций и институтов в политическом процессе, является Интернет, а для России прежде всего - Рунет, русскоязычный сегмент Интернета. Для оценки степени и перспектив развития электронной демократии в России, в соответствии с уже сложившимся подходом в мировой практике, можно использовать три характеристики:

- 1) уровень развития телекоммуникационной инфраструктуры и доступность Интернета для широкого круга пользователей;
- 2) ресурсная база (наполнение) Рунета;

---

<sup>5</sup> Мартос Жан-Поль. Свобода СМИ. // <http://www.polpred.com/free/unesco/4.htm>.

<sup>6</sup> Проблемы становления гражданского общества в России. // [http://www.iskran.ru/cd\\_data/disk2/tr/052.pdf](http://www.iskran.ru/cd_data/disk2/tr/052.pdf).

3) развитие человеческого капитала, определяющее реальный спрос на ресурсы для политического участия.

Эксперты отмечают, что качество телефонных линий в России, по которым осуществляется коммутируемый доступ в Интернет, в большинстве случаев не обеспечивает работу с основными информационно-коммуникационными технологиями, которые используются в мультимедийных политических ресурсах (проблема «последней мили»), а подключение по выделенным широкополосным линиям, которым располагают многие коммерческие структуры, слишком дорого для частных пользователей.

Ресурсная база гражданского Рунета составляет по разным оценкам от 0,5% до 1,5% от общего количества ресурсов сети. В Рунете представлены правозащитные, экологические, гендерные и другие многочисленные НКО/НГО, провозглашающие целью построение гражданского общества в России.

До 3% сети занимают новости и СМИ. Несмотря на достаточно скромную долю, занимаемую СМИ, они быстро становятся функциональными информационными ресурсам. В Рунете появились сетевые версии всех основных печатных изданий. Более того, величина аудитории таких чисто он-лайн-проектов, как [www.gazeta.ru](http://www.gazeta.ru) и [www.lenta.ru](http://www.lenta.ru) ставит их вне конкуренции с традиционными изданиями в качестве источника новостной информации. Следующим шагом в освоении Рунета СМИ стала организация трансляций общенациональных радиостанций и телеканалов, что должно завершить его превращение в альтернативную традиционным СМИ масс-медийную среду, позволяющую пользователям с минимальными затратами быть в курсе событий, включая, естественно, и события политической жизни.

Интернет способствовал значительному расширению участия общественности в комментировании новостей. Это участие приняло форму онлайн-опросов. Итоги диалога с подключенной аудиторией подводятся заказными программными устройствами, установленными на Web-сайтах СМИ. Хотя опросы такого типа не всегда представительны, они, тем не менее, стали хорошим началом вовлечения публики в процесс формирования общественного мнения по обсуждаемым вопросам.

Каков же реальный спрос на эти электронные ресурсы гражданского общества в современной России? Как отмечают эксперты, на этот счет нет никакой, даже приблизительной статистики, что существенно затрудняет как анализ коммуникативных аспектов гражданского общества, так и выработку рекомендаций. Однако можно с высокой степенью уверенности сказать, что востребованность этих каналов гражданской коммуникации невысока. Практически возможности Интернета используются главным образом для информационного обмена внутри самой элиты некоммерческого сектора.

## **Выводы и предложения**

Очевидно, что нынешнее состояние гражданских коммуникаций обусловлено всей предыдущей практикой коммуникативных отношений в России. На протяжении всего периода посткоммунистической трансформации проблема социального согласия, следовательно, и необходимости создания гражданской коммуникации, обеспечивающей взаимопонимание и взаимодействие власти и общества, различных по своим интересам социальных групп, оказалась нерешенной. Объективная сложность проблемы связана с так и не преодоленным расколом общества. Общественный разлом затронул смысловое существование нации - цель развития страны и понимание своего будущего.

Все сказанное выше подводит к пониманию необходимости разработки и реализации некой Программы развития гражданских коммуникаций. Если набросать суть этой программы крупными мазками, то речь идет о следующем.

### ***1. Необходимо повысить информационную открытость органов власти и местного самоуправления.***

Для решения этой задачи необходимо реализовать комплекс юридических, организационно-технологических и экономических мер.

Прежде всего, необходимо запустить механизм практической реализации конституционного права на свободу получения информации. Правовой основой такого механизма должны стать законодательно закрепленные четкие правила, условия и порядок получения гражданами и институциональными структурами общества информации в органах государственной власти и местного самоуправления, от иных государственных и негосударственных юридических лиц, а также прямого доступа к государственным и негосударственным информационным ресурсам. Также в законодательстве о деятельности органов государственной власти и местного самоуправления должны быть закреплены обязанности и ответственность этих органов и их должностных лиц за информирование граждан и всех структур общества, за оказание им информационных услуг, за накопление, хранение и использование государственных информационных ресурсов в сферах ответственности этих органов. Это позволит информационно укрепить авторитет государственной и местной власти, правопорядок, и существенно ограничить возможности коррупционных отношений во властных структурах.

При этом исключительно в рамках законодательства доступ к некоторым видам информации должен быть ограничен в целях защиты личных прав и свобод граждан, интересов экономических и иных структур общества, государства и национальной безопасности. Особо сбалансированный подход требуется к работе с персональными данными, так как именно здесь наиболее вероятно возникновение угроз неприкосновенности личной жизни и ущемления прав на личную, семейную и коммерческую тайну как при чрезмерном вмешательстве государства, так и от несанкционированной деятельности негосударственных структур.

На организационно-технологическом уровне законодательно определенная обязанность органов государственной власти и местного самоуправления по оказанию информационных услуг населению должна решаться исключительно в интересах потребителя таким образом, чтобы потребитель мог получать необходимую документированную информацию с гарантией ее достоверности в удобном для него месте, в удобное время и в различных стандартных формах. Информация органов государственной власти и местного самоуправления должна быть широко доступна для всех социальных групп. Поэтому покрытие издержек на ее предоставление за счет потребителя может быть допустимо только на бесприбыльной основе, в ограниченных пределах и дифференцировано по видам и формам представления информации. Широкие возможности для требуемого решения задачи предоставляют современные информационно-коммуникационные технологии.

### ***2. Необходимо стимулировать диалог между обществом и властью.***

Существенную роль в укреплении взаимодействия с общественностью могут сыграть консультативные общественные советы и комиссии при органах власти, специализированные по укрупненным направлениям деятельности этих органов. Основная задача таких структур - выявление общественно значимых проблем, отношения общественности к предлагаемым властью путям их разрешения, определение возможных компромиссов и наименее конфликтных решений при наличии противоречий. Накопленный опыт деятельности консультативных структур при различных органах власти показывает, что при некорректном подходе к формированию и организации работы таких структур существует серьезная опасность их вырождения из-за неспособности выполнять поставленные задачи.

В основе прямого взаимодействия органов власти с общественностью лежит предоставление должностными лицами этих органов определенной информации. Поэтому не только эффективность такого взаимодействия, но и принципиальная возможность его реализации целиком и полностью зависит от осознания государственной властью необходимости обеспечивать информационную прозрачность своей деятельности и активно вести открытый диалог с обществом и его структурами.

### ***3. Общество должно стать эффективным производителем управленческой информации.***

Не только система органов государственной власти и местного самоуправления, но и само общество является мощным источником информации. Однако для того, чтобы этот информационный потенциал мог быть эффективно использован в интересах развития каждой личности, общества в целом и государства, необходимо институциональное структурирование общества, являющееся важным шагом на пути к формированию демократического гражданского общества.

Известно, что политические, общественные, профессиональные, корпоративные и иные структуры общества порождают значительные объемы информации. Наличие множества структурированных и упорядоченных независимых источников информации расширяет для массового пользователя возможности получения достоверной информации в удобной для него форме, создает условия для повышения оперативности и достоверности информационного обеспечения принятия управленческих решений в органах власти, эффективности информационной поддержки публичной политической и общественной деятельности, а также формирования и воздействия общественного мнения как истинной «четвертой власти» в демократическом обществе.

#### ***4. СМИ могут и должны стать эффективным институтом информационного развития.***

В настоящее время не решены еще многие проблемы, связанные со свободой доступа к информации журналистов, с правовой охраной личной тайны в СМИ, защитой гражданина и общества от ложной и недобросовестной информации, распространяемой СМИ. СМИ не выполняют в полном объеме образовательных задач и задач сохранения и развития национальных культур.

Очевидно, что процесс разработки и реализации Программы содействия свободному доступу граждан к информации потребует пересмотра многих устоявшихся представлений и привлечения значительных интеллектуальных и финансовых ресурсов. Однако не менее очевидно, что разработка и реализация такой Программы будет означать серьезное продвижение России по пути интеграции в мировое сообщество. Будут обеспечены новые возможности регулярного информирования населения органами власти и управления о политической и социально-экономической жизни. Разработка и постоянное совершенствование законодательства, правовых и организационных механизмов позволят эффективно регулировать взаимоотношения всех субъектов политической жизни в реализации их информационных прав и обязанностей, создать систему независимого и гласного контроля за деятельностью государства.