УДК 316.77:001.12/18;070:001.12/18

DOI: 10.18384/2310-7227-2022-2-70-75

КРИЗИС ДОВЕРИЯ В ОБЩЕСТВЕ И ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Горбунов А. С.

Московский государственный областной университет

141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. Веры Волошиной, д. 24, Российская Федерация

Аннотация

Цель. Осуществить философский дискурс проблемы доверия, которая сегодня становится одной из важнейших тем, обсуждаемых в рамках социальной философии.

Процедура и методы. Исследование осуществлялось на основе системного и междисциплинарного подходов с использованием прогностического метода.

Результаты. Выявлено, что эрозия доверительного отношения к каналам взаимодействия личности и общества, ведущими из которых стали массово-коммуникационные, приводит к негативным социальным последствиям, деструктивно отражается на уровне личностного бытия, приводя к социальной дезориентации и дезадаптации, вплоть до возникновения социопатических моделей поведения.

Теоретическая и/или практическая значимость. Возвращение средств массовой коммуникации (СМК) к статусу источника объективной информации, выстраивание подлинно демократического информационного процесса, соотнесение медиаконтента с ценностными основаниями становятся жизненно важными задачами, вне решения которых массовый уход в зону недоверия к обществу и государству, отчуждения рискует стать неконтролируемым и социально опасным.

Ключевые слова: государство, доверие, информационное общество, коммуникационные технологии, личность, массовая коммуникация, недоверие, общественные институты, социализация, социальные сети

CRISIS OF CONFIDENCE IN SOCIETY AND MASS COMMUNICATION ACTIVITIES

A. Gorbunov

Moscow Region State University

ul. Very Voloshinoi 24, Moscow Region, Mytishchi 141014, Russian Federation

Abstract

Aim. To carry out a philosophical discourse of the problem of trust, which today is becoming one of the most important topics discussed in the framework of social philosophy.

Methodology. The study was carried out on the basis of the systemic and interdisciplinary approach using the prognostic method.

Results. It has been revealed that the erosion of trust in the channels of interaction between the individual and society, the leading of which has become mass communication, leads to negative social consequences. It is destructively reflected at the level of personal existence, leading to social disorientation and maladjustment, up to the emergence of sociopathic behavior patterns.

Research implications. The return of the mass media to the status of a source of objective information, the building of a truly democratic information process, the correlation of media content with value bases are becoming vital tasks, beyond the solution of which mass withdrawal into the zone of distrust in the society and the state, alienation risks becoming uncontrollable and socially dangerous.

Keywords: state, trust, information society, communication technologies, personality, mass communication, mistrust, public institutions, socialization, social networks

Введение

Сравнительно недавно с развитием сетевых средств массовой коммуникации (СМК) связывались надежды на растущую либерализацию информационного пространства. Новые медиа представлялись как имеющие значительный потенциал ухода от традиционной модели деятельности СМК, согласно которой движение информации было однонаправленным – от производителя массовой информации, в высокой степени монопольного, к реципиенту, автоматизированному члену массового общества.

Интерактивные возможности сетевых платформ, доступные каждому участнику площадки для самовыражения, отсутствие редактур и контроля мнений – всё это давало почву для надежд на такое пространство массовой коммуникации, которое бы постепенно избавлялось от авторитарного характера распространения массовой информации.

Проблема информационного давления

Однако ряд знаковых событий, произошедших в сфере массовой коммуникации, свидетельствует о том, что проблема информационного давления, навязывания определённого контента не только не отступает, но вместе с развитием системы СМК также приобретает усложнённый характер, что вполне объяснимо, т. к. развитие медиа, подобно всякому определяющему социальному процессу, носит ярко выраженный диалектический характер.

По замечанию одного из авторов, посвящающих свои исследования данной теме, «главными инструментами корректировки информационного поля стали соцсети ... Соцсети стали новыми самозваными вершителями судеб неудобных фактов и точек зрения»¹. Заметим, подобная оценка была высказана в связи с политикой

¹ Филиппов А. В. США вырастили глобального монстра политической цензуры // Взгляд: деловая газета: [сайт]. URL: // <https://vz.ru/world/2020/11/9/1069524.html> (дата обращения 27.09.2021).

упомянутых сетевых гигантов, проводившейся ими во время президентской избирательной кампании США в 2020 г., когда медиа отдали явное предпочтение одному из кандидатов.

Таким образом, ещё больше усложняется ситуация с доверием, проявляемым к массовой коммуникационной среде со стороны её массового участника. Если на предыдущем витке развития социальные сети рассматривались в качестве убежища от давления «официальных» СМК, теперь они прямо заявили о своей политической ангажированности.

Так, цензуре со стороны Facebook и Twitter² были подвергнуты действовавший на тот момент президент США Д. Трамп (а значит, и более 100 млн человек, читающих его посты в соцсетях) и группы его поддержки. Ведущие телеканалы (MSNBC, ABC, CBS, CNBC и NBC)³ остановили и заблокировали прямую трансляцию выступления находившегося в своей должности американского президента, в котором он рассказывал об имевших место нарушениях в подсчёте голосов избирателей. Так, они поддержали прессинг со стороны Big Tech, де факто «отменив» Первую поправку конституции США, гарантирующую в том числе свободу слова.

С учётом того, что теперь каждый, хочет он того или нет, является членом массового информационного общества, чья жизнь ставится во всё большую зависимость от деятельности социальных платформ, проблема обостряется.

С одной стороны, человек воспринимает нарастание влияния массовой коммуникации, с другой – испытывает чувство усиливающегося недоверия к ней и в ряде случаев склонен видеть в её структурах и акторах проявления действий конспирологических могущественных сил, что, в свою

² Организация Meta Platforms Inc. признана экстремистской, её деятельность (Facebook, Twitter) запрещена на территории России по решению Тверского суда Москвы от 21.03.2022.

³ Американские телеканалы прервали речь Трампа о махинациях на выборах // РБК: [сайт]. URL: // <https://www.rbc.ru/politics/06/11/2020/5fa4e3e49a7947d22656ae35?> (дата обращения 29.09.2021).

очередь, сеет тревожное, подавленное настроение применительно к отдельному индивидууму и влечёт за собой деструкцию социальных отношений в целом. Кроме того, толкает реципиента информации к поиску и потреблению непроверенных, часто эмоциональных, а в худшем случае злонамеренно искажённых сведений.

Известно, что уровень доверия от-дельно взятого гражданина зависит от его личностных особенностей [3, р. 1587], представлений и предрассудков, оказывающих влияние на оценку предполагаемых действий другой стороны [5, р. 998] а также общего эмоционального фона [2, р. 743]. Так, при изучении особенностей личности было показано, что высокий уровень невротичности, склонности испытывать негативные эмоции, особенно тревогу, отрицательно сказывается на доверии. Некоторые исследования также показывают, что негативные эмоции, такие как тревога и гнев, препятствуют установлению доверия, в то время как позитивные эмоции, напротив, могут этому способствовать [2, р. 746]. Взаимосвязь доверия с тревогой не является неожиданной: эмоция тревоги может быть определена как «переживание эмоционального дискомфорта, связанное с ожиданием неблагоприятного, предчувствием грозящей опасности»¹.

Социально-философский дискурс доверия

Доверие возникает благодаря сложившимся положительным ожиданиям выполнения цели или поведения другой стороны, т. е. является по своей сути чувством, противоположным тревоге. Таким образом, помимо эмоции тревоги, установлению доверия также могут препятствовать негативные ожидания действий другой стороны, основанные на накопленных предрассудках и стереотипах.

При этом как предрассудки, так и эмоции конкретного гражданина во многом могут быть сформированы сообщениями, передаваемыми через средства массовой информации. Сообщения могут вызывать различные эмоции: такие тематики, как криминал, терроризм, природные катастрофы и чрезвычайные происшествия, скорее всего, будут вызывать эмоции отрицательной заряженности.

В одном из исследований [4, р. 87] было показано, что реципиенты, которым представлялась для просмотра подборка новостей негативного характера, при заполнении вопросника впоследствии в среднем проявляли признаки сниженного настроения и имели более высокий уровень тревожности по сравнению с теми субъектами, которые просматривали новости положительного или нейтрального вида. Такие участники были более склонны к катастрофизации личных проблем, что проявлялось в том числе и в чрезмерно пессимистических мыслях о будущем. Таким образом, уже само по себе присутствие сообщений негативного характера в СМК за счёт создаваемого эмоционального эффекта может понижать уровень доверия граждан друг другу и к самим медиа, следовательно, делать общество информационно более закрытым.

В результате такой информационной политики в обществе может формироваться представление о согражданах, о социальных структурах как о чрезмерно опасных субъектах, что делает невозможным установление доверия. Это соответствует гипотезе культивирования, которая заключается в том, что «экстенсивное, многократное воздействие СМИ (в первую очередь телевидения) на протяжении продолжительного времени постепенно меняет наше представление о мире и социальной реальности» [1, с. 228].

Впервые гипотеза культивирования была привнесена в научный дискурс Джонатаном Гербнером в 1976 г. Основываясь на данных соцопроса телезрителей, Дж. Гербнер предположил, что наиболее вовлечённые зрители со време-

¹ Глоссарий. Психологический словарь // Psychologies. ru: [сайт]. URL: <http://www.psychologies.ru/glossary/dict/28> (дата обращения 07.12.2021).

нем приобретают так называемый *синдром плохого мира* – представление об окружающем мире как об «опасном и подлом месте». Очевидно, здесь говорится об **угрозе системной утраты доверия к миру**.

Именно на такой уже подготовленный психоэмоциональный фон накладываются новые метаморфозы, происходящие в информационном сетевом пространстве. Сетевые корпорации вводят цензуру не только в США, но, конечно же, и в России, и в Европе. В 2017 г. Facebook¹ начал практику фактчекинга («проверки фактов»), по сути, цензурируя пользовательский контент. Ссылки на классический либеральный подход, согласно которому социальные платформы, будучи частными компаниями, могут самостоятельно определять свою политику, не слишком уместны. Во-первых, потому что благодаря их массовости (миллиарды пользователей) они приобрели глобальное социальное значение. Во-вторых, потому что их деятельность носит радикально выраженный монопольный характер, где одной из ярких иллюстраций может служить приобретение гигантом Facebook социальной сети Instagram, а вместе с ней и глобального мессенджера WhatsApp¹.

Закон о гражданских правах от 1964 г., принятый федеральным правительством США, подразумевал, что места общественного пользования не могут дискриминировать людей по признаку расы, пола, вероисповедания, страны национального происхождения и т. п. Очевидно, что технологические гиганты и предоставляемые ими сервисы также стали местами общественного пользования. Однако на деле генеральные директора-миллиардеры Twitter и Facebook¹ Д. Дорси и М. Цукерберг, а также их сотрудники, осуществляли глобальную цензуру, ежечасно вмешиваясь в жизнь сотен миллионов людей по всему миру.

¹ Организация Meta Platforms Inc. признана экстремистской, её деятельность (Facebook, Twitter, WhatsApp) запрещена на территории России по решению Тверского суда Москвы от 21.03.2022.

Подобное положение вещей ведёт к тотальному обрушению доверия в обществе, которое, с одной стороны, уже существует в поле повышенной тревожности и недоверчивости, а с другой – переживает массовую фрустрацию ожиданий от деятельности социальных платформ, в которых сравнительно недавно видели альтернативу, своего рода информационное «убежище», надежду на возможность выстраивания свободной, не авторитарной массово-коммуникационной модели.

Сложившаяся ситуация содержит в себе серьёзную опасность как по отношению к развитию личности, угрозу её дальнейшей деструкции, так и по отношению к самому обществу, в котором институт социального доверия играет немаловажную, порой решающую роль в условиях потрясений и кризисов. А в том, что вероятность подобных событий весьма велика, нас может убеждать как история человечества, в том числе новейшая, так и самые реалистичные прогнозы, касающиеся экономической, экологической, геополитической сферы. Утрата доверия порождает у личности фобии по отношению к социальной реальности, толкает её на путь социопатии, чреватой саморазрушением, примыканием к группам сектантской направленности.

В обществе доверие в первую очередь связано с информацией, распространяемой от имени государства и социальных институтов в медиaprостранстве, и его утрата приводит к их дисфункции. Люди перестают доверять содержанию потока новостей, аналитики, призывов, усматривая за этим игру медийных гигантов, за которыми стоят олигархические интересы или же злонамеренное «закулисье». В результате даже самые важные, самые необходимые, в том числе прямо соответствующие интересам этих людей деяния и инициативы государства, социальных структур, общественных организаций априори отвергаются, подвергаются либо тихому саботажу, либо открытой обструкции.

На нынешнем этапе накопленное социальное недоверие (оно же с учётом реалий общества массовой коммуникации – недо-

верие к ведущим СМК) переросло в специфику отношения к информационному потоку со стороны самого молодого поколения. В сознании этой страты общества сформировался устойчивый блок по отношению к восприятию социально-значимых традиционных каналов информации, в целом к более или менее серьёзной информационной повестке дня. Массовое сознание подростковой аудитории выбирает информационный эскапизм, чья направленность носит выраженный маргинальный характер. Так, член Общественной палаты Екатерина Мизулина отмечает, что в Рунете появляются все новые виды деструктивного контента, пока даже не упомянутые ни в одном законе. «Например, “шок-контент”: стримы в прямом эфире со сценами насилия, издевательства, жестокого обращения с зачастую беспомощными и социально не защищенными людьми, вроде бездомных»¹. Общественный деятель предлагает законодательные формулировки, чтобы запрещать такого рода контент. С этим подходом трудно не согласится. Однако исключительно законодательными и запретительными мерами исправить ситуацию вряд ли удастся. Вовлечённость молодёжи в потребление подобного рода «видеопродукции» имеет в своей основе возможность устраниваться от созидательной деятельности, сопряжённой с трудом под видом участия в фейковой сетевой активности.

Другим основанием здесь служит всё то же недоверие и отторжение авторитарных медиаструктур, потерявших свою репутацию в ходе ряда последних определяющих социально-политических процессов. Подростки уходят в иллюзорный мир, где их ровесники-блогеры говорят с ними на одном языке примитива, плоского гедонизма, полного исключения из любого национального, а также и общечеловеческого культурного наследия.

¹ Самохин А. Эксперт: России пора принимать более жёсткие законы о саморегулировании соцсетей // Взгляд: деловая газета: [сайт]. URL: <https://vz.ru/news/2020/10/27/1067645.html> (дата обращения 29.11.2021).

Заключение

Проводя параллели, мы можем сравнить ситуацию с отношением к системе СМК с ситуацией кризиса подростка в его семье, когда полностью разрушается родительский авторитет, исчезает доверие к взрослым, а поиск единомышленников осуществляется среди самых сомнительных, зато потакающих возрастным слабостям друзей.

Как представляется, ситуация требует осмысления не только и даже не столько на уровне системы запретов, но, в первую очередь, в контексте объёмной работы по возврату системе СМК (в первую очередь государственных) статуса уважаемого общественным сознанием источника информации.

Верификация подобного статуса общественным сознанием станет возможной в случае изменения целеполагания в развитии медиа. Им должно стать достижение не декларативной, но в достаточной степени подлинной независимости СМК в сочетании с реальным выстраиванием их работы на ценностных основаниях, присущих обществу, сориентированному на позитивное развитие, а также на основополагающих гуманистических правовых началах².

Законодательные меры призваны обеспечить поддержку в поиске параметров развития масс-коммуникационного пространства, в котором станет возможно восстановление доверия к его определяющим участникам, обретающими новую легитимацию в системе критериев объективности и корреляции с ценностно обусловленными установками.

Статья поступила в редакцию 13.04.2022.

² Всеобщая декларация прав человека Генеральной Ассамблеи ООН от 10 декабря 1948 года [Электронный ресурс]. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml (дата обращения 15.12.2021).

ЛИТЕРАТУРА

1. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций / пер. С. Е. Рысева, Л. Орданской. М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2002. 448 с.
2. Dunn J. R., Schweitzer M. E. Feeling and Believing: The Influence of Emotion on Trust // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2005. № 88 (5). P. 736–748.
3. Evans A. M., Revelle W. Survey and Behavioral Measurements of Interpersonal Trust // *Journal of Research in Personality*. 2008. № 42 (6). P. 1585–1593.
4. Johnston W. M., Davey G. C. L. The Psychological Impact of Negative TV News Bulletins: The Catastrophizing of Personal Worries // *British Journal of Psychology*. 1997. Vol. 88 (1). P. 85–91.
5. Lewicki R. J., Tomlinson E. C., Gillespie N. Models of Interpersonal Trust Development: Theoretical Approaches, Empirical Evidence, and Future Directions // *Journal of Management*. 2006. № 32 (6). P. 991–1022.

REFERENCES

1. Harris R. A Cognitive Psychology of Mass Communication (Rus. ed.: S. E. Rysev, L. Ordanskaya, transl. *Psichologiya massovykh kommunikacii*. Moscow, OLMA-PRESS Publ., 2002. 448 p.).
2. Dunn J. R., Schweitzer M. E. Feeling and Believing: The Influence of Emotion on Trust. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 2005, no. 88 (5), pp. 736–748.
3. Evans A. M., Revelle W. Survey and Behavioral Measurements of Interpersonal Trust. In: *Journal of Research in Personality*, 2008, no. 42 (6), pp. 1585–1593.
4. Johnston W. M., Davey G. C. L. The Psychological Impact of Negative TV News Bulletins: The Catastrophizing of Personal Worries. In: *British Journal of Psychology*, 1997, vol. 88 (1), pp. 85–91.
5. Lewicki R. J., Tomlinson E. C., Gillespie N. Models of Interpersonal Trust Development: Theoretical Approaches, Empirical Evidence, and Future Directions. In: *Journal of Management*, 2006, no. 32 (6), pp. 991–1022.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Горбунов Александр Сергеевич – кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры философии Московского государственного областного университета;
e-mail: gorbunoff@list.ru

INFORMATION ABOUT AUTHOR

Alexander S. Gorbunov – Cand. Sci. (Philosophy), Assoc. Prof., Assoc. Prof., Moscow Region State University;
e-mail: gorbunoff@list.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Горбунов А. С. Кризис доверия в обществе и деятельность средств массовой коммуникации // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки. 2022. № 2. С. 70–75.

DOI: 10.18384/2310-7227-2022-2-70-75

FOR CITATION

Gorbunov A. S. Crisis of Confidence in Society and Mass Communication Activities. In: *Bulletin of Moscow Region State University. Series: Philosophy*, 2022, no. 2. pp. 70–75.

DOI: 10.18384/2310-7227-2022-2-70-75