

ДОВЕРИЕ К СРЕДСТВАМ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В УСЛОВИЯХ «ОБЩЕСТВА РИСКА» (НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКИХ ПРОВИНЦИАЛЬНЫХ ГОРОДОВ)¹

Аннотация. Статья посвящена исследованию отношения жителей современной российской провинции к центральным и местным СМИ. В основе работы – эмпирические исследования, проведенные под руководством автора в 2010 г. в российских регионах повышенного и обычного риска.

Ключевые слова: риск, общество риска, территории обычного и повышенного риска, доверие, доверие-недоверие к средствам массовой информации.

Abstract. The article is devoted to research of relation of residents of modern Russian province to central and local media networks. The core of the study is empirical research carried out under author's supervision in 2010 in Russian regions of increased and normal risk.

Key words: risk, risk society, areas of increased and normal risk, trust, distrust to mass media.

Постоянное нахождение в условиях «общества риска», когда прошлое теряет свою детерминирующую силу для современности, причиной нынешней жизни и деятельности становится будущее, т.е. нечто несуществующее, конструируемое, вымышленное, актуализирует проблему доверия. Доверие имплицитно содержит особые ожидания в отношении того, как поведет себя другой в некой будущей ситуации, а также убежденность, уверенность в действиях. П. Штомпка рассматривает данное понятие как ставку в отношении будущих непредвиденных действий других [1]. Толковый словарь русского языка С. И. Ожегова, Н. Ю. Шведовой сущность феномена определяет через состояние уверенности «в чьей-либо добросовестности, искренности и правдивости» [2, с. 172]. В социологии и психологии под доверием понимаются «открытые, положительные взаимоотношения между людьми, содержащие уверенность в порядочности и доброжелательности другого человека, с которым доверяющий находится в тех или иных отношениях» [3]. Доверие возникает при взаимодействии ряда факторов: интересов человека, его установок, эмоциональных реакций и личного опыта. Позитивные результаты действий вызывают доверие к ним и при повторении закрепляют положительную реакцию доверия. Доверие возникает, когда человек уверен в правильности и адекватности процессов и явлений своим ценностным установкам. Разграничение доверия и уверенности зависит от «способности индивида различать опасности и риски» [4]. Эта способность обусловлена степенью рефлексии

¹ Исследование выполнено при поддержке РГНФ, проект № 10-03-21305а.

индивида по поводу альтернативных стратегий действия в сложившихся обстоятельствах.

Риск как событие или явление с неопределенными последствиями имеет принципиальное сходство с бифуркациями. Процесс упорядочивания структур, снятия энтропии происходит при нахождении системы в далеких от равновесия состояниях, вблизи от особых критических точек (точек бифуркаций), в окрестности которых ее поведение становится неустойчивым. Начинает работать принцип «разрастания малого» или «усиления флуктуаций». В точках бифуркации система под влиянием самых незначительных воздействий может резко изменить свое состояние, начать эволюционировать в новом направлении, или нелинейность может усилить флуктуации, делая малое отличие большим, даже макроскопическим по последствиям. Сам выбор (индивидуальный или солидарный) моделирует ситуацию бифуркации, которая может дать непредсказуемые результаты, оказать кардинальное воздействие на социальный процесс. Постоянно обновляемые, трудно прогнозируемые ситуации риска превращают повседневную жизнь человека в процесс их постоянной калькуляции и осмысления в терминах риска. Как блестяще показал У. Бек, модерн производит не только новые риски, но и новые рефлексивные способности, позволяющие минимизировать данные риски. В таком обществе сознание определяет бытие. Вместе с тем осмысление риска в «колонизации будущего» (Э. Гидденс) не может быть полным, возможны непредвиденные и неожиданные исходы. Современное рисковое поведение вообще не вписывается в схему рационального/иррационального (Н. Луман).

Социальная обеспокоенность проблемой риска, по мысли Н. Лумана, имеет отношение к возросшей значимости доверия как средства нейтрализации риска и противодействия неопределенности. Доверие становится «способом примириться со сложностью будущего, порожденного технологией» [1, с. 12]. Дж. Коулман, Р. Патнэм и Ф. Фукуяма, используя и развивая термин П. Бурдьё, утверждают, что доверие есть социальный капитал и непосредственная основа построения последующих общественных отношений [3]. Ф. Фукуяма определяет доверие как «возникающее у членов сообщества ожидание того, что другие его члены будут вести себя более или менее предсказуемо, честно и с вниманием к нуждам окружающих, в согласии с некоторыми общими нормами» [5, с. 52]. Он указывает на зависимость между уровнем доверия и темпами формирования социального капитала, что влияет на развитие общества. Дж. Коулман подчеркивает, что группа, «внутри которой существует полная надежность и абсолютное доверие, способна совершить много больше по сравнению с группой, не обладающей данными качествами» [6, с. 126].

В условиях риска, неопределенных и непредвиденных ситуаций проблема доверия общества к различным социальным институтам, прежде всего средствам массовой информации (СМИ), приобретает статус центральной. Доверие общества – тот социальный капитал, обладая которым, СМИ претендуют на статус четвертой власти. СМИ – фактор формирования обобщенного доверия. Глобализация информационного пространства и технические достижения превратили СМИ в мощнейший фактор воздействия на картину мира социальных субъектов. Они способны воздействовать на общественное мнение, влиять на установки, ценности, отношения аудиторий. Вместе с тем

СМИ являются первичным объектом доверия, поскольку сами являются объектом доверия к ним целевых аудиторий. Современные оценки влияния СМИ на сознание и поведение людей весьма неоднозначны и даже противоречивы. Распространено представление о том, что сознание и поведение людей существенно зависят от информационного поля, создаваемого СМИ. Отдельные исследователи массовых коммуникаций (а вместе с ними и многие политики и журналисты) говорят о грядущей эпохе «медиакратии» – власти СМИ, которые уже не столько отражают и интерпретируют действительность, сколько конструируют ее по своим правилам и усмотрению.

Проблема доверия/недоверия к СМИ активно изучается социологами. По результатам опроса общественного мнения, проведенного ВЦИОМ в 2006 г., средствам массовой информации не доверяет каждый четвертый россиянин. По данным Гэллуп Интернешнл (2007 г., опрос 55 тыс. респондентов из 60 стран мира), каждый второй на планете (49 %) считает, что журналистам нельзя доверять, каждый третий (35 %) полагает, что журналисты говорят правду. Исследования показывают, что к первоочередным характеристикам СМИ, которые могут вызвать доверие, относятся правдивость, честность, неподкупность, беспристрастность [7]. Особенности СМИ, степень доверия к ним во многом зависят от политической системы, в рамках которой они функционируют. Политические институты в новейшую историю России permanently находились в кризисном состоянии, «кокон основополагающего доверия» (Э. Гидденс) к ним разрушен. Среди главных причин недоверия к СМИ в современной России [8]: широкое использование технологий манипулятивного воздействия; неучет социальных последствий трансляции информации; коммерциализация СМИ; отсутствие в России общественного сектора вещания, способного несколько компенсировать негативные последствия коммерциализации СМИ; игнорирование общественных потребностей и запросов; усиление монотонности содержания при тяге к сенсационности, уникальности, «перфомансности» информации; асоциальность СМИ (С. Г. Корконосенко) как пренебрежение обязанностями по адекватному отражению действительности, размывание понятия «факт», конструирование «второй» информационной реальности, демонстрация непослушания обществу, своей равновеликости ему или господство над ним, замыкание на интересах, ценностях, жизненном опыте квазиэлитарной журналистской корпорации; низкий уровень профессионально-этической культуры журналистов, незрелость системы саморегулирования журналистского сообщества в России; процесс гибридации журналистики и пиара; неподконтрольность СМИ населению. Наконец, в условиях постоянных рисков, угроз, кризисов СМИ становятся одним из мощных факторов формирования «кризисного сознания», характеризующегося пессимистическими, депрессивными настроениями, пронизанными чувствами страха, тревоги, обеспокоенности.

Современные масс-медиа – один из факторов, который помогает справляться с рисками и одновременно порождает новые риски.

В статье приведены результаты исследования, проведенного в провинциальных российских городах, территориях повышенного и обычного риска. К территориям повышенного риска отнесены: Саратовская область (г. Балаково, Вольск и Шиханы-1, Шиханы-2 Вольского района); Ульяновская область (г. Димитровград). Ульяновск отнесен к городам обычного риска.

Методы сбора информации: количественный (формализованное интервью, контент-анализ прессы); качественный (фокус-группа). Выборочная совокупность социологического исследования, выполненного опросным методом, – 900 респондентов. Выборка многоступенчатая, квотная. Квотируемые признаки: место жительства, пол, возраст. Доверительная вероятность выводов (P) равна 95 %, точность оценивания (Δ) – 5 %.

Любой регион современной России правомерно может быть отнесен к среде риска. Выбор данных регионов обусловлен наличием в них институционализированной среды рисков: объектов военно-промышленного комплекса (производство, испытание химического оружия в п. Шиханы-1, Шиханы-2 Вольского района Саратовской области); атомной энергетики (Балаковская АЭС в Саратовской области, НИИАР в г. Димитровград Ульяновской области); рискогенных производств, работающих с советских времен, не претерпевших серьезной модернизации за последние два десятилетия (Саратовская ГЭС, производство «Химволокно» и др. в г. Балаково, цементное производство как градообразующее в г. Вольск Саратовской области). Как следствие – высокие показатели онкологии, аллергических заболеваний, патологии дыхательной, сердечно-сосудистой и прочих систем. Обе территории находятся в оползневых зонах. Условия лета 2009 г. негативно отразились на урожае зерновых в Саратовской области. Лето 2010 г. дало новые риски не только сельскохозяйственного характера, когда погибла большая часть урожая в обоих регионах, но и резко увеличило смертность людей, прежде всего в категориях риска (в частности, с сердечно-сосудистыми заболеваниями). Ульяновская область до недавнего времени оставалась депрессивным регионом с высоким уровнем бедности. Некоторая экономическая стабилизация произошла со сменой областного руководства за последние пять-шесть лет. Саратовская область по-прежнему остается преимущественно дотационным регионом. Волны мирового финансово-экономического кризиса, безусловно, негативным образом отразились на обоих регионах.

Как показало исследование, в рейтинге значимых личных проблем респондентов следующие: безработица, болезни («свиной грипп», СПИД, онкология и др.), финансово-экономический кризис, преступность, бедность. На этом общем фоне субъективное для респондентов и их семей распространение дезинформации СМИ (газетами, телевидением, радио, Интернет) воспринимается как минимальный риск и угроза (16-я позиция в шкале; выбор 7,2 % опрошенных). «Публичная повестка дня», как известно, никогда полностью не совпадает с медиа-повесткой. Существуют проблемы, о которых люди знают непосредственно из собственного опыта, считают их важными вне зависимости от того, освещаются они СМИ или нет. Вместе с тем СМИ являются онтологически необходимой составляющей жизни современного человека. Повторим, масштабы их распространения, возможности влияния переоценить невозможно.

В качестве источников, из которых больше всего получают информацию о событиях опрошенные, можно назвать телевидение (78,7 %), газеты (48,1 %), Интернет (38,4 %), радио (34,3 %), друзья, знакомые (29,3 %). Телевидение – несомненный лидер на рынке информационных услуг, популярно во всех группах, привлекает зрителей визуальной картиной происходящего, оперативностью и легкодоступностью информации. Информационное про-

странство становится телецентрично, т.е. телевидение не просто главное СМИ, оно выстраивает вокруг себя все остальные медиа. Главными печатными СМИ становятся телегиды, в остальных газетах обсуждаются телевизионные сюжеты вчерашнего вечера, т.е. телевидение формирует повестку дня. Несмотря на то, что за последние годы печатные масс-медиа во многом утратили свои позиции в формировании общественного мнения, уступив пальму первенства телевидению, в нашем рейтинге они прочно занимают второе место. Исследование выявило больше всего непользователей у местного радио, Интернета, центрального радио.

Телевидение популярно во всех социальных группах. Женщины больше мужчин предпочитают телевидение (81,4 против 75,5 % мужчин), общение с друзьями, знакомыми (31,3 и 27,1 %), мужчины несколько больше читают (49,8 и 46,7 %), а также пользуются Интернетом (45,1 и 32,5 %). Интерес к чтению, слушанию радио растет с возрастом; общение, Интернет больше интересуют молодые группы. Больше всех читают шиханцы, меньше других ульяновцы и вольчане. Интернет, радио используют больше представители Ульяновской области, меньше – саратовских территорий.

В условиях серьезных рисков, угроз, опасности для респондентов важно: знать о ситуации все (43,6 %) (особо для мужчин), как можно больше знать о ситуации (42,4 %) (более мягкий вариант присущ прежде всего женщинам). В условиях рисков, угроз, опасностей СМИ лучше всего справляются с функциями: привлекать внимание к событиям (66,4 %), что подтверждает наблюдения Д. Меррилла; стимулировать обсуждение информации (63,1 %); предоставлять информацию оперативно (55,9 %). Очевидна меньшая удовлетворенность респондентов объективностью (36,8 %), достаточностью (35,0 %) информации. СМИ в глазах только трети опрошенных выступают в качестве единственного правдивого источника информации.

Современные СМИ не только по причине необходимости информирования населения о базовых жизненно важных проблемах, рисках, но зачастую и в угоду конъюнктуре, в погоне за рейтингами в качестве первоочередных новостей информируют об очередном террористическом акте, заказном убийстве, угрозе стихийных бедствий и других подобных случаях. Больше всего претензий у респондентов по поводу замалчивания серьезности проблемы (59,2 %), недостаточности информации (48,4 %) и одновременно в связи с сообщением лишней информации, не имеющей отношения к потребностям и интересам людей (47,9 %). Тенденция асоциальности прессы скорее не исчерпала себя. Одним из важных ее проявлений является восприятие опрошенными ее действий как совершающихся прежде всего в интересах власти (суммарно 48,5 %), в меньшей степени – в интересах общества (43,3 %).

Эффективность деятельности СМИ связывается с результативностью воздействия на общественное сознание, способностью формировать, изменять социальные установки, ценности и т.п., влиять на социальное поведение. Результативность воздействий, как показывает исследование, и конструктивных, и негативных, довольно высока. Субъективные оценки респондентов указывают на то, что СМИ в условиях риска наводят панику, сеют страх (76,7 %), одновременно помогают искать решения (47,9 %). Несколько меньшая эффективность – в процессе смены отношений (к другим людям (43 %), власти (43,1 %)). Это еще раз подтверждает, что существуют селективные

фильтры общественного сознания, отбирающие информацию, стимулирующие определенную направленность социальных оценок и установок. Наиболее категорично утверждают о дисфункциональных действиях СМИ по поводу формирования страха, панических настроений жители территорий повышенного риска (шиханцы – почти 100 %; свыше 80 % – жители Димитровграда, Балаково). Именно они, проживая в таких условиях, имеют возможность более объективно сравнивать предлагаемую СМИ информацию и реальные риски, угрозы. Меньше других воспринимают информацию СМИ как объективную жители Вольска, Шихан. Ульяновские потребители (Ульяновск и Димитровград) больше приписывают СМИ действий в интересах общества, умение оперативно информировать о событиях, прояснять ситуацию, стимулировать обсуждение проблем, статус единственного средства правдивой информации; более однозначно оценивают результативность СМИ по изменению отношений к людям, власти; высоко оценивают СМИ как средство, оказывающее помощь в поиске решений проблем.

Анализ данных фокус-групп, а также незаконченных предложений («Получая информацию из СМИ об опасностях, рисках, я...») еще раз подтвердил, что типичными реакциями на информацию СМИ о рисках являются: эмоции (сочувствую пострадавшим; переживаю за близких; начинаю нервничать; надеюсь «авось пронесет»; пойду, покурю; переживаю за свою страну и планету); когнитивные (стараюсь сделать выводы; стараюсь узнать больше; думаю, как выбраться из таких положений); поведенческие (ничего не делаю, пока не коснется меня; стараюсь сделать выводы и обезопасить себя в будущем; обсуждаю с друзьями; принимаю меры безопасности; предупреждаю знакомых; иду на работу). 62,1 % опрошенных утверждают, что нет телевизионных и радиопередач, которые бы помогли справиться с рисками, угрозами; 37,3 % считают, что им помогают телепередачи; 5,9 % – радиопередачи. Среди телевизионных передач и каналов, которые помогают справиться с рисками, угрозами, называют «Новости», «Время», «Вести», 1 канал, НТВ, «Час пик», «Совершенно секретно», ЧП на НТВ, музыкальные передачи, «Домашний», СТС, РЕН ТВ. К таковым же относят ответившие на этот вопрос утвердительно Loverадио, радио России. 73,1 % респондентов считают, что нет таких телевизионных и радиопередач о современных рисках, угрозах, которые бы их дезориентировали, запугивали. 25,8 % называют среди последних телепередачи; около 3 % – радиопередачи. Из них дезориентирующими и запугивающими называют следующие программы: «Пусть говорят» (самый высокий рейтинг), «Суд идет», «Федеральный судья», «Новости», «Вести», обзор событий за неделю, темы апокалипсиса, выступления депутатов Думы (чаще других жители Вольска), криминальные новости, «Максимум», дорожные сводки, каналы НТВ, ТВЦ, радио «Маяк».

Эти особенности функционирования центральных и местных СМИ актуализируют проблему доверия к ним. Рейтинги доверия достаточно высоки у всех массово-коммуникационных каналов. Максимум доверия информации имеют центральное телевидение, центральное радио, местное телевидение, центральные газеты. Больше всего недоверия к Интернету, местным газетам, местному радио. Местному телевидению больше доверяют шиханцы (имея в виду Саратовское, Балаковское телевидение), димитровградцы и ульяновцы; местному радио – жители саратовских территорий; местным газетам – жи-

ханцы, димитровградцы и ульяновцы. Больше других в ситуациях рисков доверяют сообщениям очевидцев, участников событий (62,5 %), экспертов (50,1 %), журналистов (40,6 %), официальных лиц (38,6 %). Менее всего – сообщениям предпринимателей (10,5 %), руководителей предприятий (12,9 %). Очевидцам, участникам событий больше доверия в саратовских территориях, экспертам – в Вольске, Димитровграде; журналистам – у жителей Шихан, Балаково; официальным лицам – в Димитровграде, Ульяновске; лидерам партий – в Шиханах, Ульяновске, Димитровграде. В числе главных причин недоверия называются выгоды, субъективность восприятия, оценок. Многие, «лицом к лицу» не сталкиваясь с рисками, не могут непосредственно воспринимать их. Воспринимаются особенности уже принятых кем-то решений, ведущих к ощущению риска, чьи-то суждения. А потому нередко оперирование понятием риска происходит лишь в субъективных категориях.

Производство рисков изменяет политическую систему общества. По мнению Бека, главной особенностью современного западного общества является все увеличивающаяся свобода индивидов от влияния общественных структур. Наблюдается также ослабление доверия между людьми и, особенно, к органам власти, социальным институтам, т.е. происходит сужение социального пространства. Особенности СМК, степень доверия к ним во многом зависят от социально-политических и экономических условий, в которых они функционируют.

Обратимся к показателям доверия-недоверия СМИ. В нашем исследовании самый проблемный город как производитель и потребитель повышенных рисков – Балаково. Население выживает за счет собственной высокой экономической активности, рыночной и политической экспансивности, социальной мобильности. Рейтинги доверия местным властям в Балаково одни из самых низких – 9,6 % (ниже только в Вольске). Недоверие местному телевидению (активно развивающемуся) выражает самое большое число опрошенных балаковцев (суммарно 24,6 %). Местным газетам в большинстве территорий не доверяет примерно четверть населения (исключение – Вольск – самый высокий показатель; Шиханы – самый низкий). Вольск – промежуточный в нашей шкале рисков. Территориально находится между Балаково и военными городками Шиханы, имеет сложную экологическую ситуацию, слабую экономическую базу, стал периферийным, ведомым в рыночных процессах. Значительная часть работающих предприятий, являющихся реальной налогооблагаемой базой, как то рынок, предприятия пищевой промышленности, магазины и пр., принадлежит балаковским предпринимателям. Квалифицированные вольские специалисты ежедневно выезжают на работу в Балаково. Представители балаковской политической элиты успешно избираются в Вольске на ведущие политические посты (как, например, руководитель Вольского районного территориального образования), создают преференции балаковским предпринимателям в Вольске. Властная среда пронизана конфликтными отношениями, как следствие – слаба. Вольчане продемонстрировали самую большую неудовлетворенность действиями властей. Доверие городской администрации выразили только 4,3 %. Недоверие местному телевидению суммарно выразил 23,1 % респондентов (2-е место после Балаково), местному радио – 32 %, местным газетам – 37,9 % (самые высокие показатели среди всех территорий). Шиханы – территория повышенного риска, самая за-

крытая, с сохранившимися довольно сильными социальными связями, общинными отношениями, зависящая от государства финансово и в плане социальной защиты, развития и полагающаяся на него. В целом можно констатировать, что население проживает в относительно спокойных (точнее, рутинных) условиях. Шиханцы продемонстрировали самые низкие показатели недоверия СМИ. Администрации городов доверяют не более 12 % жителей.

Условия выживания Вольска, Шихан «вынуждают» жителей «плыть по течению», поскольку нет реальной возможности осуществить прорыв объективных ограничений. Отношения к социальным институтам (СМИ и власти) здесь как в бифуркационных социумах, разновекторные. При очень низких показателях доверия власти в обеих территориях одни, вероятно, имеют основания также категорично проявлять недоверие СМИ (вольчане), другие проявляют к ним самые толерантные отношения, возможно как к последней инстанции (шиханцы). Политические действия (или бездействия) можно квалифицировать как факторы, усугубляющие имеющиеся экологические, промышленные и другие риски, а также как самостоятельные факторы риска. В таких условиях происходит рост потребности в формировании институтов гражданского общества, прозрачности отношений, открытости информации.

Димитровград – город, отнесенный к территории повышенного риска, однако с достаточно спокойной социально-политической ситуацией, ориентированный на определенный уровень развития инновационных технологий, взаимодействующий с различными отечественными и зарубежными инвесторами, имеющий вполне реальные перспективы развития. Ульяновск последнюю пятилетку находится в достаточно стабильных политических, экономических, социальных условиях, однако существенных прорывов все-таки нет. Здесь отсутствует повышенный риск, социальная система поддерживается в рабочем тоне, стимулируется ее движение, хотя социальная стабилизация, активное формирование общества потребления довольно быстро, не всегда заметно способствуют появлению застойных коннотаций. Ульяновских жителей в минимальной степени интересуют проблемы отсталости экономики и техники, слабости гражданского общества. В ульяновских территориях показатели доверия власти и СМИ самые высокие (власти в среднем каждый четвертый выражает доверие, показатели доверия местным СМИ ниже, чем в Шиханах, но значительно выше, чем в Балаково и Вольске). Отношения можно квалифицировать как сдержанные.

Таким образом, несмотря на подорванное доверие, СМИ продолжают оказывать влияние на мало доверяющую им, но не отказывающуюся от них аудиторию, оставаясь самым важным каналом получения информации. В бифуркационных условиях, в рискованной среде отношения к СМИ соскальзывают в крайности, с учетом комплекса местных особенностей имеют разный знак. В условиях стабилизации социума отношения к социальным институтам, включая СМИ, становятся более взвешенными.

Особенности СМИ, степень доверия к ним во многом зависят от политической системы, в рамках которой они функционируют. П. Штомпка справедливо утверждал, что доверие – необходимая предпосылка политического порядка, в то же время – результат политического порядка. Индивидуальное восприятие риска опосредовано местным сообществом. Действие социальных институтов по управлению риском изменяет социальную интерпретацию

риска. Восприятие СМИ и отношение к ним во многом зависят от восприятия индивидом основного субъекта этого воздействия (журналиста, владельца СМИ, органа власти и т.п.), а также от осознания, в чьих интересах (массовой аудитории, элитных групп, самого СМИ) это воздействие осуществляется. СМИ зачастую воспринимаются не только как информационный канал, средство выражения общественного мнения, но и как орган социального управления или связанный с ним, что может еще больше снижать доверие населения к их сообщениям.

Исследования показывают неоднозначность оценок СМИ. Их приверженность принципам свободы слова, борьба за прозрачность власти, нередко противостояние ей могут вызывать симпатии. Вместе с тем ориентация на прибыль в условиях рыночной экономики, погоня за сенсационностью, игнорирование интересов общественности, этических принципов, манипулирование общественным мнением, информационные войны вызывают справедливые упреки СМИ в ангажированности, необъективности, безответственности. В таких условиях сообщества активно рефлексировать, возникает общественное мнение о проблеме, начинаются процессы самоорганизации в обществе, которые предполагают активность не столько «снизу», но и «сверху». Появляются ожидания регуляции деятельности СМИ. С ростом опасности при одновременном политическом бездействии в обществе риска появляются оценки, при которых риски приписывают не их производителям, а тем, кто их вскрывает, тем самым сеет в обществе беспокойство, т.е. СМИ.

Риск выгоден. Производство рисков приносит деньги, власть, социальный статус. Ситуации рисков, кризисов, опасностей, по мнению опрошенных, выгодны: олигархам – 44,1 %; другим государствам (например, США) – 34,8 %; государству – 32,7 %; СМИ – 7,1 %. Менее всего выгодны самим людям – 8,5 %; никому не выгодны – 14,7 %; региональной власти – 18,8 %. Названы прямые выгоды от таких ситуаций для СМИ: информация, деньги, власть, обман населения, запугивание людей, сеяние паники, самопоказуха, рейтинги. В высказываниях очевидная асимметрия негативного. Единицы вспоминали о возможностях создания нового, положительного.

Коммуникативные воздействия с точки зрения создания условий взаимопонимания, кооперации часто неэффективны, а усилия по социальному контролю грубы и непредсказуемы. Необходимо понимать важность осторожного обращения с высокочувствительными сложными социальными системами. Информационное воздействие должно быть не энергетически мощным, а адекватным, в этом смысле – правильно организованным. Такие воздействия способны подтолкнуть систему на один из собственных и благоприятных путей развития, обеспечить самоуправляемое и самоподдерживаемое развитие, тем самым минимизируя риски, повышая доверие между социальными подсистемами.

Список литературы

1. **Фреик, Н. В.** Концепция доверия в исследованиях П. Штомпки / Н. В. Фреик // Социологические исследования. – 2006. – № 11. – С. 10–18.
2. **Ожегов, С. И.** Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : АЗЪ Ltd, 1992. – 955 с.
3. Энциклопедия социологии. – URL: <http://slovari.yandex.ru/dict/sociology>

4. **Алексеева, А.** Уверенность, обобщенное доверие: критерии различия / А. Алексеева // Социальная реальность. – 2008. – № 7.
5. **Фукуяма, Ф.** Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / Ф. Фукуяма. – М. : ООО «Издательство АСТ» ; ЗАО НПП «Ермак», 2004. – 730 с.
6. **Коулман, Дж.** Капитал социальный и человеческий / Дж. Коулман // Общественные науки и современность. – 2001. – № 3. – С. 121–139.
7. **Басина, Е.** Некоторые аспекты отношения российских граждан к СМИ / Е. Басина // Библиотека центра экстремальной журналистики. – URL: http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&b_id=557&c_id=6602
8. **Короченский, А. П.** Источники кризиса доверия. Главные причины недоверия к СМИ / А. П. Короченский // Журналистика и медиарынок. – 2006. – № 12.

Рассадина Татьяна Анатольевна

доктор социологических наук,
профессор, кафедра связей
с общественностью, Ульяновский
государственный университет

E-mail: t.rassadina@mail.ru

Rassadina Tatyana Anatolyevna

Doctor of sociological sciences, professor,
sub-department of public relations,
Ulyanovsk State University

УДК 316

Рассадина, Т. А.

Доверие к средствам массовой информации в условиях «общества риска» (на примере российских провинциальных городов) / Т. А. Рассадина // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2012. – № 1 (21). – С. 61–70.