

ПОЛИТОЛОГИЯ

Е.Г. Дьякова*

КОНСТРУИРОВАНИЕ И ЛЕГИТИМАЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ В ПРОЦЕССЕ УСТАНОВЛЕНИЯ ПОВЕСТКИ ДНЯ

Проблема места и роли средств массовой информации в современном обществе – одна из наиболее актуальных политологических проблем. В современном обществе именно масс-медиа обеспечивают трансляцию информации между политической и социальной системами и в силу этого являются важнейшим социальным и политическим институтом.

Средства массовой коммуникации играют ключевую роль во всех процессах, связанных с формированием гражданского общества и развитием демократии в России как на общенациональном, так и на региональном уровнях. Поэтому изучение механизмов и реальных пределов воздействия массовой политической коммуникации на аудиторию является важнейшей теоретической задачей. Однако анализ современной коммуникативистики показывает, что на вопросы о механизмах, характере и даже степени воздействия средств массовой информации на аудиторию даются противоречащие друг другу и часто исключающие друг друга ответы. Это происходит потому, что для современной коммуникативистики как научной дисциплины одной из важнейших характеристик является политематизм, то есть сосуществование в дисциплинарном пространстве сразу нескольких парадигм.

Однако, как показывает рефлексия над дисциплинарными основаниями коммуникативистики, за последнее десятилетие произошло существенное сближение позиций сторонников разных парадигм.

С одной стороны, позитивистский тезис о минимальном воздействии средств массовой информации на аудиторию в форме концепции «активной аудитории» проник в марксистские и структуралистские исследования, в которых ранее отстаивалось положение

* Дьякова Елена Григорьевна – ведущий научный сотрудник отдела философии ИФиП УрО РАН, доктор политических наук.

ние о полном контроле СМИ над аудиторией. Такая разновидность феноменологической социологии как социальный конструкционизм, с его тезисом о том, что социальные проблемы есть результат взаимодействия различных социальных агентов и социальных институтов, а не отражение объективной ситуации, также заметно повлиял на марксистские исследования.

С другой стороны, некоторые положения «культурных исследований» (прежде всего подход к коммуникации как к процессу «кодирования – декодирования») и теории дискурса, которые в конечном счете опираются на марксистскую гносеологию, пользуются популярностью у исследователей, работающих в рамках позитивистской и особенно феноменологической парадигм.

В результате синтеза методологических и теоретических положений разных направлений коммуникативистики возникает возможность по-новому подойти к анализу взаимодействия средств массовой коммуникации и аудитории. Попытаемся осуществить такой синтез теории установления повестки дня, социального конструкционизма и теории «кодирования – декодирования» С. Холла для того чтобы описать, как средства массовой коммуникации конструируют и легитимируют социальные проблемы.

В свое время основатели конструкционистского подхода М. Спектор и Дж. Китсьюз¹ предложили рассматривать социальные проблемы как результат взаимодействия различных социальных агентов и социальных институтов, каждый из которых выдвигает определенные утверждения-требования и стремится удержать их в публичном политическом пространстве. Иными словами, с точки зрения конструкционизма, социальные проблемы являются продуктом коллективного определения. Это означает, что утверждения о социальных проблемах всегда выбирают какую-то одну интерпретацию реальности из множества возможных, причем то, какая именно интерпретация будет выбрана, определяется путем конкуренции между определениями. Поэтому основной конструкционистский вопрос может быть сформулирован следующим образом: почему одни социальные проблемы попадают в центр общественного внимания (в публичную повестку

¹ *Spector M., Kitsuse J. Constructing Social Problems. Hawthorne, N.Y., Addison Wesley Pub Co, 1987.*

дня), в то время как другие, не менее острые и значимые, так никогда и не достигают статуса публичности?

Первоначально в центре внимания сторонников конструкционистского подхода оказались case-studies, прослеживающие прохождение какой-либо социальной проблемой ряда последовательных этапов. Обычно выделялись следующие этапы: этап зарождения, на котором возникает группа, интерпретирующая некоторое условие как оскорбительное, вредное и нежелательное, то есть как социальную проблему; этап придания этим утверждениям гласности, превращения их в предмет публичного обсуждения и политического давления; этап институционализации и так далее, вплоть до этапа фрагментации и снятия проблемы. Очевидно, что средства массовой информации подключаются к процессу конструирования социальной проблемы на втором этапе, когда она приобретает гласный характер, и теряют к ней интерес на этапе институционализации, когда она становится частью организационной рутины соответствующего учреждения. Поэтому главное внимание в рамках конструкционистского подхода уделялось тому, каким образом средства массовой информации вовлекаются в обсуждение тех или иных проблем.

Например, группа исследователей во главе с А.К. Сконфелдом изучила, каким образом произошло включение в повестку дня средств массовой информации проблемы загрязнения окружающей среды и как СМИ от первоначального неучастия в процессе выдвижения утверждений-требований относительно состояния окружающей среды перешли к активному освещению деятельности «инвайроменталистов». По их мнению, главным препятствием для средств массовой информации включиться в борьбу за сохранение окружающей среды было отсутствие в информационной сети ячейки, в которую могли бы попадать «инвайроментальные» новости. Они не соответствовали существовавшему новостному формату и институциональной структуре средств массовой информации. Ухудшение состояния окружающей среды не рассматривалось как интересное, необычное и/или значимое событие, заслуживающее освещения в средствах массовой информации. В то же время эта тема была слишком широкой и не соответствовала ни одной из традиционных рубрик, то есть не поддавалась рутинизации.

Для того чтобы произошло открытие «окружающей среды» как социальной проблемы, понадобилась целая серия кризисов, ставших эффектными медиаповодами. Важнейшим из них обычно считают разлив нефти в Санта-Барбаре, интенсивно освещавшийся средствами массовой коммуникации. Нефтяное пятно было очень фотогеничным и легко доступным телекамерам, поэтому, хотя его воздействие на экологию береговой зоны было весьма умеренным, борьба с этим разливом превратилась в «мобилизующий символ эко-активности»¹. Не меньшую роль сыграли организация и проведение экологами «Дня Земли», сопровождавшегося массовыми акциями, охотно освещавшимися СМИ. В результате произошла перестройка информационного формата и «окружающая среда стала новостью потому, что журналисты сказали, что это новость, со всеми вытекающими отсюда последствиями – заметным ростом уровня освещения»².

Таким образом, был сделан вывод о том, что для приобретения публичного статуса социальная проблема должна получить форму, соответствующую институциональным требованиям средств массовой информации. Это означает, что активисты, занимающиеся продвижением той или иной проблемы, должны как минимум наладить контакты с журналистами и обеспечить их постоянным притоком информационных поводов, соответствующих формату новостей, а в идеале – найти журналиста, который сделает их проблему своей специализацией.

Однако данный вывод указывал на необходимые, но недостаточные условия приобретения социальными проблемами статуса публичности. Для того чтобы описать этот процесс в целом, был осуществлен переход от изучения продвижения отдельных проблем к изучению взаимодействия между проблемами. В результате С. Хилтгартнер и Ч. Боск создали так называемую «концепцию публичных арен». По мнению Хилтгартнера и Боска, общественное

¹ Johnson J., Lyman S., Warren C. American Social Problems // Introduction to Sociology. N.Y.: Pantheon, 1973. P. 474.

² Гриффин Р.Дж., Мейер Р.Ф., Скопфельд А.К. Конструирование социальной проблемы: пресса и инвайроментализм // Средства массовой коммуникации и социальные проблемы. Казань: Изд-во Казанского гос. ун-та, 2000. С. 165.

внимание по определению является дефицитным ресурсом, которого в принципе не может хватить на всю популяцию потенциальных проблем. Кроме того, члены общества располагают только ограниченными размерами «лишнего сострадания», которое они могут найти в отношении вещей, находящихся за пределами их обычных непосредственных забот в рамках их социального статуса¹. Никто не может переживать по поводу всех возможных проблем. Даже самые социально активные члены общества обычно тревожатся по поводу одной-двух проблем, которые они по тем или иным причинам считают наиболее острыми.

Поэтому те, кто продвигает и поддерживает социальные проблемы (то есть активисты общественных организаций), вынуждены жестко конкурировать между собой за доступ к ресурсам, обеспечивающим публичность и тем самым дающим возможность апеллировать к «лишнему состраданию» членов общества. При этом только очень небольшое число социальных проблем достигает чрезвычайного успеха и начинает доминировать в повестке дня в течение длительного времени. Некоторым проблемам удается достичь умеренного успеха и на некоторое время привлечь к себе общественное внимание, но подавляющее большинство проблем так никогда и не попадает в публичную сферу.

Таким образом, в теории конструирования социальных проблем главный акцент обычно делается именно на гражданской активности представителей заинтересованных групп населения, которые собственно и запускают «жизненный цикл» проблемы, добиваясь ее публичной легитимации. Можно сказать, что таким образом в этой теории отражается специфика развитого гражданского общества, существующего в США, где возникла эта теория. Однако более внимательное изучение «жизненных циклов» проблем, описанных в литературе, показывает, что этот вывод является не вполне верным.

В качестве примера сошлемся на исследование Д. Диаринга и Э. Роджерса, посвященное публичной легитимации проблемы СПИДа в городе Сан-Франциско, что произошло задолго до того,

¹ Боск Ч.Л., Хилгартнер С. Рост и упадок социальных проблем: концепция публичных арен // Средства массовой коммуникации и социальные проблемы. Казань: Изд-во Казанского гос. ун-та, 2000. С. 28.

как СПИД превратился в общенациональную американскую проблему и попал в общенациональную повестку дня. Диаринга и Роджерса интересовало именно то, чем локальный процесс установления повестки дня отличается от общенационального.

По их мнению, успешное конструирование местной проблемы объяснялось целым рядом факторов. С одной стороны, в Сан-Франциско объективно была самая высокая доля пораженных вирусом иммунодефицита в США, объясняемая наличием большого и процветающего сообщества гомосексуалистов. Однако этого для публичной легитимации было недостаточно. Очень важно, что в силу политического значения и экономического влияния городского гей-сообщества мэр и городской совет были вынуждены обеспечить финансирование деятельности по предотвращению распространения СПИДа, его исследованию, тестированию заболевших и их лечению. Ряд местных журналистов проявили глубокую заинтересованность этой темой, и в результате Сан-Франциско стал первым городом в мире, в которой проблемы передачи вируса иммунодефицита и СПИДа попали в повестку дня и превратились в темы для публичного обсуждения. Это произошло благодаря целому комплексу опосредующих факторов (политических, демографических и медицинских), что явилось уникальной особенностью именно Сан-Франциско. Правда, по мнению Диаринга и Роджерса, ключевую роль при этом сыграли общественные организации и лоббирование на низовом уровне, то есть постоянная и упорная общественная деятельность, направленная на привлечение внимание к проблеме, вокруг которой мобилизовались гражданские активисты¹. Однако очевидно, что роль мэра и городского совета в легитимации проблемы была не меньшей, чем роль общественных организаций (тем более, что часть организаций появилась как раз в знак протеста против их решения об обязательной проверке гомосексуалистов на СПИД).

Характерно, что в американской коммуникативистике существует и противоположная точка зрения, согласно которой конструирование социальных проблем осуществляется прежде всего государством и не имеет ничего общего с деятельностью обществен-

¹ *Dearing J. W., Rogers E.M. Agenda-Setting. Communication Concepts. L., 1996. P. 31.*

ности и медиа-сообщества. Так, Дж. Кингдон, изучая, каким образом формируется проблемная повестка органов исполнительной власти в США, пришел к выводу, что средства массовой информации играют при ее формировании минимальную роль.

Дж. Кингдон рассматривает процесс установления списка проблем, которые требуют первоочередного вмешательства органов власти (он называет ее «политической повесткой дня») как результат внутриинституциональной и внутриэлитарной конкуренции. По Кингдону, конкуренция на политической арене носит анархический характер, поскольку между собой одновременно и совершенно хаотично конкурируют не только проблемы, но и возможные решения проблем, сами функционеры и случайные возможности для привлечения внимания к той или иной проблеме. Политическая повестка зачастую формируется самым парадоксальным образом в силу того, что решения генерируются и обсуждаются не в результате реакции на те или иные проблемы, а потому, что функционеры заинтересованы в таких решениях по собственным организационным мотивам (чтобы обеспечить себя или свое подразделение работой или мотивировать необходимость его расширения). Иными словами, не проблемы порождают решения, а существующие решения ищут проблемы, к которым они могли бы быть приложены: решения и проблемы имеют равный статус в качестве самостоятельных потоков внутри системы, и популярность определенного решения в определенный промежуток времени часто влияет на то, какие проблемы станут предметом рассмотрения¹. Какие проблемы в результате все-таки будут решены, зависит от того, насколько совпадут между собой проблемы, решения, функционеры и случайные возможности.

Нетрудно заметить, что этот взгляд на процесс формирования политической повестки дня является взглядом изнутри, взглядом «инсайдера», который вместе со своими любимыми решениями или проблемами маневрирует в правительственных информационных потоках. Неудивительно, что «инсайдеры», непосредственно участвующие в принятии решений, неоднократно заявляли Дж. Кингдону,

¹ *Kingdon J.W. Agendas, Alternatives and Public Policies. Boston, Toronto: Little, Brown and Company, 1984. P. 91.*

что при решении вопроса о том, какие социальные проблемы подлежат включению в политическую повестку дня, они не нуждаются в подсказках масс-медиа и опираются на другие, независимые источники.

В лучшем случае средства массовой информации обеспечивают коммуникацию по поводу проблемных приоритетов между различными слоями правительственной элиты и усиливают воздействие уже установившейся политической повестки дня на общественное мнение. Из-за того, что средства массовой информации ориентированы на сенсационные и драматические сюжеты, происходит резкое уменьшение их воздействия на правительственную политику, поскольку такого рода сюжеты обычно появляются в самом конце процесса принятия политических решений, а не в его начале¹. Так, с точки зрения правительственного чиновника, подобное медиасобытие, как драматичное слушание в Конгрессе, является не более чем тщательно подготовленным и отрежиссированным спектаклем, сценарий которого был написан заранее и без всякого влияния средств массовой информации.

Таким образом, конструирование социальных проблем осуществляется под воздействием различных факторов, влияние которых далеко не равнозначно. В отечественных условиях «генеральным конструктором», безусловно, выступает государство, но не как единая монолитная структура, а как сложный комплекс конкурирующих между собой иерархий. Еще в начале 80-х гг. XX в. в ходе «Таганрогского исследования» было четко продемонстрировано, что «функциональная принадлежность органа того или иного уровня иерархии управления к определенной, строго ограниченной в пространстве зоне деятельности вызывает необходимость (в целях управления) в распространении так называемой «местной» информации², то есть местные проблемы не столько порождаются пресловутой местной спецификой, сколько конструируются в рамках соответствующих управленческих структур. Данный вывод вполне применим и к постсоветским СМИ, поскольку дискурс, согласно которому «необходимость в распространении так называемой «ме-

¹ Kingdon J.W. Op. cit. P. 63.

² Массовая информация в советском промышленном городе. Опыт комплексного социологического исследования. М., 1980. С. 123.

стной» информации» определяется исключительно целями управления, является не столько советским, сколько традиционно российским, на что неоднократно указывала А.Д. Трахтенберг¹.

Однако представление советских и постсоветских властей о целях управления различается, и различается весьма существенно. Советская система управления предполагала не просто максимальный контроль за всеми социальными сферами, но и моделирование этих сфер по заранее заданному идеальному образцу. Соответственно, проблема для представителей советских управленческих структур возникала тогда, когда положение в той или иной сфере начинала резко отклоняться от модельного образца (некоторая степень отклонения считалась вполне допустимой и на нее «закрывали глаза»). О таком отклонении власти обычно узнавали из «сигналов снизу»², то есть из обращений граждан в официальные органы власти, а также из рода закрытых сводок о «настроениях граждан». Когда количество «сигналов» перерастало некую критическую массу, следовала реакция. При этом соответствие одних сфер идеальному образцу контролировалось жестче, чем других, поэтому одни считались более проблемными, другие – менее. Это далеко не всегда означало, что в менее проблемных сферах все обстояло благополучно. Скорее речь шла о том, что они выпали из зоны актуального интереса органов управления. Не случайно в эпоху гласности происходит взрывное увеличение числа проблем, стоящих перед государством. Дело не только в том, что средства массовой информации получили право говорить на ранее запрещенные темы, но и в том, что ряд социальных сфер вновь стали проверяться на соответствие образцу (и были найдены полностью несоответствующими).

Нетрудно заметить, что постсоветские управленческие структуры не ставят себе целью ни контролировать все социальные сферы, ни постоянно проверять их на соответствие идеальному образцу. В силу этого переформулируется само определение, что

¹ *Трахтенберг А.Д.* Отечественные средства массовой информации как социокультурный феномен // Научный ежегодник Института философии и права УрО РАН. Вып. 3. Екатеринбург: ИФиП УрО РАН, 2002. С. 176.

² О понятии «сигнала» см.: *Фитцпатрик Ш.* Как мыши kota хоронили. Показательные процессы в сельских районах СССР в 1937 г. // Судьбы российского крестьянства. М., 1995. С. 391.

именно считать социальной проблемы, и ряд проблем, постоянно присутствовавших в советских СМИ (например низкой производительности труда или низкой урожайности зерновых) просто перестает быть таковыми. В то же время появляется ряд новых проблем, само существование которых в советские времена отрицалось (например последствия техногенных катастроф). На самом деле проблемы сельского хозяйства, промышленности, здравоохранения, культуры, образования, деятельности местной власти по-прежнему представлены в постсоветских СМИ, но представлены по-другому, отчего и возникает впечатление, что они исчезли.

Изменилась и роль общественности. Хотя технология обращений в органы власти с «сигналами» продолжает применяться, она перестала играть ключевую роль в привлечение внимания органов власти к тем или иным проблемам. Эта роль перешла к различным общественным и политическим организациям. Можно говорить о том, что социальные проблемы в современной России стали полностью проходить классический цикл, описанный в теории социальных проблем.

Одним из основных инструментов легитимации социальных проблем в современных условиях является телевидение. Оно осуществляет важнейшую функцию в процессе конструирования социальной проблемы – ее публичную легитимацию, с которой, собственно, и начинается ее жизненный цикл. Именно упоминание проблемы в средствах массовой информации как заслуживающей внимания государственных органов и является, по сути ее легитимацией: о ней становится можно и нужно говорить.

Телевидение участвует и в последующих стадиях «жизни» социальной проблемы:

- мобилизация действий в отношении проблемы; лоббирование различных вариантов решения проблемы;
- формирование официального плана действий;
- коррекция официального плана в ходе практической реализации.

Но социальный конструкционизм, подробно описывая циклы, которые проходят социальные проблемы, целиком замыкается в треугольнике «общественные организации – СМИ – государство», оставляя в стороне всех остальных членов общества (и членов аудитории средств массовой коммуникации). Между тем вопрос о том, каким образом социальная проблема, получившая статус легитимированной,

тимной и требующей решения, воспринимается членами аудитории, и особенно теми, кого условия, интерпретируемые СМИ как «оскорбительные, вредные и нежелательные» не касаются, является не менее важным, причем не только с теоретической, но и с практической точек зрения. Например, возможен вариант, когда основная масса членов общества откажется признавать условия «оскорбительными и вредными», то есть не будет считать проблему легитимной, несмотря на консенсус по этому вопросу, существующий между остальными социальными субъектами, что может резко снизить эффективность всех принимаемых для ее решения мер, или вовсе свести ее на нет.

Для того чтобы выяснить, что происходит с аудиторией, когда они сталкиваются с проблемой, которую средства массовой информации считают достаточно важной для презентации в публичном пространстве, необходимо выйти за пределы социального конструкционизма и обратиться, во-первых, к теории установления повестки дня и, во-вторых, к теории кодирования – декодирования.

С позиций теории установления повестки дня, легитимация социальных проблем в средствах массовой информации тождественна ее включению в медиа-повестку. Напомним, что под «повесткой дня» в современной коммуникативистике понимается набор тем и проблем, считающихся наиболее важными в тот или иной временной период. «Установление повестки дня» – процесс внедрения этого набора тем в сознание аудитории посредством СМИ. В результате «медиа-повестка», то есть набор проблем, освещаемых в СМИ, превращается в личную повестку членов аудитории, которые демонстрируют озабоченность теми же проблемами, что и средства массовой информации, хотя эти проблемы могут иметь весьма косвенное отношение к их повседневной жизни.

Естественно, система приоритетов аудитории никогда полностью не совпадает с медиа-повесткой: всегда существуют проблемы, которые люди считают важными вне зависимости от того, освещаются они средствами массовой информации или нет. Такие проблемы получили в теории установления повестки дня название «навязанных», поскольку они привлекают внимание рядового члена общества вне зависимости от усилий СМИ и даже его собственного желания. Люди не нуждаются в помощи средства массовой

информации чтобы понять, что инфляция или безработица значимые социальные проблемы. Они знают это из собственного непосредственного опыта. Эффект установления повестки дня проявляется только тогда, когда речь заходит о проблемах, которые находятся за пределами непосредственного опыта. Поскольку большинство политических проблем и значительная часть социальных именно таковы, эффект установления повестки дня применим к ним в полной мере.

Поскольку личная повестка дня есть результат достраивания и коррекции медиа-повестки на основе непосредственного опыта членов аудитории, резкое отклонение от медиа-повестки, как правило, свидетельствует о специфическом характере субаудитории, к которой принадлежит человек. В качестве показательного примера сошлемся на результаты социологического исследования, проведенного нами в г. Мегионе Ханты-Мансийского автономного округа среди учащихся старших классов средней школы¹.

С целью выявить представления учащихся об общенациональной повестке дня, использовалась стандартная методика: опрошенным было предложено *самостоятельно* назвать проблемы, которые они считают наиболее важными для страны в целом.

Ответы учащихся представлены в табл. 1 (в список включены только проблемы, названные больше одного раза).

Как видно из табл. 1, наиболее острыми проблемами страны учащиеся считают наркоманию, терроризм и СПИД². Все остальные проблемы заметно уступают первым трем по частоте упоминания. Очевидно, что предложенная иерархия проблем характерна именно для подростков, проживающих в малом городе одного из самых богатых регионов России, где именно в силу относительного благополучия населения уровень наркомании выше среднего по стране. И проблема наркомании, и связанная с ней проблема СПИДа, в отличие от терроризма, сравнительно слабо освещаются в общенациональных СМИ. Поэтому их попадание в повестку дня сви-

¹ Опрос проводился 30 января – 3 февраля 2005 г. Объем выборки – 548 чел.

² Помимо всего прочего, данный список проблем свидетельствует об очень высоком уровне тревожности.

**Личная повестка дня учащихся старших классов
(г. Мегион, Ханты-Мансийский автономный округ)**

Наиболее острые проблемы страны	От общего количества проблем, %
1. Наркомания	47,26
2. Терроризм	22,60
3. СПИД	15,07
4. Экономические проблемы	6,16
5. Бедность, низкий уровень зарплаты	4,79
6. Безработица	4,11
7. Курение	4,11
8. Коррупция	2,74
9. Ситуация в Украине	2,74
10. Экологическая ситуация	2,74
11. Беспризорность	2,05
12. Парниковый эффект	1,37
13. Другой ответ	12,26

детельствует о том, что она формируется не столько под влиянием СМИ, сколько под влиянием окружающей повседневной жизни и активно ведущейся в школе антинаркотической пропаганды.

Если не учитывать проблемы терроризма, то темы, постоянно освещавшиеся общенациональными СМИ в момент опроса, занимали в сознании школьников сравнительно мало места. Характерно, что для них курение являлось более острой проблемой, чем предвыборная ситуация в Украине, хотя в момент опроса общенациональные СМИ как раз приступили к активной пропагандистской компании, посвященной президентским выборам в этой стране. Еще более характерно, что в ответах вообще отсутствовала крайне активно обсуждавшаяся в СМИ (как федеральных, так и региональных) тема замены льгот денежными компенсациями. Это объясняется не только тем, что существующая в Ханты-Мансийском автономном округе система региональных льгот в значительной мере смягчила шок от перевода федеральных льгот в денежную форму, но и тем, что данная проблема была максимально далека от учащихся. Она могла находиться в сфере их непосредст-

венного опыта (поскольку у них, как правило, имелись родственники пенсионного возраста), но отсутствовала в сфере их актуального интереса, что и проявилась в ответах.

Однако, как это ни парадоксально, те проблемы, о существовании которых старшеклассники узнавали в основном из СМИ, волновали их заметно больше, чем те, информацию о которых они получали не только из СМИ, но и от друзей и знакомых. Характерно, что степень личной озабоченности школьников проблемой терроризма оказалась в полтора раза выше, чем степень их озабоченности проблемой наркомании, хотя вероятность стать жертвой наркомании в их социальном слое несравнимо выше, чем вероятность стать жертвой террористов (табл. 2).

Таблица 2

**Степень личной озабоченности
темами повестки дня, %**

Отношения к проблеме	Всем	Наркомания	Терроризм	СПИД	Экономика
Сильно волнует	42,07	39,13	54,55	33,33	55,56
В общем волнует	48,97	53,62	42,42	66,67	33,33
В общем не волнует	5,52	2,90	3,03	-	11,11
Не волнует совсем	1,07	1,45	-	-	-
Затруднились ответить	2,38	2,90	-	-	-

Можно предположить, что таким образом у старшеклассников проявлялся «послебесланский синдром». Однако все же получается, что проблемы, презентуемые средствами массовой информации в том случае, если они попадают в зону актуального интереса, приобретают особую модальность: они считаются не просто важными, но имеющими более высокий статус «особо опасных проблем», по сравнению с проблемами, которые презентуются в процессе неформальной коммуникации.

Естественно, данное исследование является локальным, и его выводы не подлежат широкой экстраполяции, однако оно демонстрирует, что даже в том случае, когда личная повестка дня формируется в рамках специфической субкультуры под влиянием неформальной коммуникации, воздействие СМИ остается весьма значительным, хотя далеко не всем темам удается проникнуть через «бу-

тылочное горлышко» отсутствия интереса к проблемам, выходящим за пределы непосредственного опыта¹.

У взрослых членов аудитории такой интерес, как правило, формируется в процессе социализации и требует для своей реализации достаточно сложных форм культурной компетентности. В силу этого имеют место весьма значительные различия между социальными слоями аудитории. Как известно, наибольшую степень актуального интереса к политическим и социальным проблемам, выходящим за пределы непосредственного опыта, демонстрируют мужчины среднего возраста с высоким уровнем образования, наименьшую – пожилые женщины с низким уровнем образования. Разумеется, мы далеки от того, чтобы вслед за Д. Морли считать, что весь мир массовых СМИ вообще конструируется в расчете на, во-первых, женщин всех классов и, во-вторых, рабочих-мужчин, поскольку предполагает компетентность в сфере семейных («домашних») отношений, в то время как качественные СМИ конструируются в расчете на мужчин среднего класса, так как это требует компетенции в сфере экономики и политики. Однако было бы неразумным отрицать различия в уровне культурной компетентности, которые влияют на степень корреляции между медиаповесткой и личной повесткой дня.

Точно так же за счет различий в культурной компетентности формируются различия между элитарной и массовой повесткой дня. Еще основоположник теории установления повестками дня М. Маккоумз пришел к выводу, что в группах с очень высоким уровнем образования и социальным статусом эффект установления повестки дня вообще не фиксируется, поскольку избиратели с высоким статусом при формировании тематической повестки гораздо сильнее опираются на другие источники информации, включая межличностную коммуникацию, чем менее образованные избиратели с более низким статусом². И дело не только в том, что у представителей элиты имеется доступ к информации, не доступной рядовым

¹ Термин «бутылочное горлышко коммуникации» был введен П. Лазерфельдом как раз для описания ситуаций, когда воздействие СМИ блокируется из-за отсутствия у потенциального члена аудитории интереса к темам, которым посвящены их сообщения.

² *McCombs M., Eyal Ch., Graber D., Weaver D. Media Agenda-Setting in the Presidential Election. N.Y., 1981. P. 56.*

членам общества. Основное различие связано с разным уровнем актуального интереса к социальным и политическим проблемам, а также с различной степенью культурной компетентности.

Характерно, что пресса играет значительно большую роль при формировании элитарной, чем при формировании массовой повестки дня. На элитарном уровне качественная пресса зачастую может вполне успешно конкурировать с телевидением за право вводить темы в федеральную повестку, в то время как на массовом уровне федеральная повестка является почти исключительно телевизионной. То же верно и в отношении сетевых средств массовой информации, которые, активно влияя на элитарную повестку дня, оказывают на массовую повестку в лучшем случае косвенное влияние (в той мере, в какой они являются источником для телевизионных новостей). Между тем и пользование качественной прессой, и сетевыми источниками требует владения целым набором культурных навыков. Так, чтение аналитических статей предполагает наличие у читателя сравнительно развитого концептуального аппарата, а пользование Интернетом – навыка «компьютерной грамотности».

Насколько с учетом этих ограничений можно говорить о существовании единой для всех членов аудитории повестки дня, то есть единого списка легитимных социальных проблем? Конечно, различия между представителями разных социальных групп (возрастных, образовательных, статусных и пр.) весьма важны, однако все эти группы все же остаются группами внутри единого «воображаемого сообщества»: общенациональной аудитории, если речь идет об общенациональных СМИ, и региональной аудитории, когда мы рассматриваем СМИ местные. В той мере, в какой у членов аудитории присутствует национальная и региональная самоидентификация, они признают существование общенациональных и общерегиональных проблем. Поэтому складываются и соответствующие повестки дня. Не следует забывать также, что, наряду с личной повесткой дня, в теории установления повестки дня предполагается наличие у членов аудитории «воображаемой общественной повестки дня», то есть представления о том, какие проблемы считает самыми важными большинство членов общества. Степень корреляции между представителями различных социальных

групп по этому параметру заметно выше, чем при сравнении личных повесток дня.

Повестка дня формируется в СМИ под воздействием различных факторов и субъектов влияния. Общефедеральная и региональная повестки дня никогда не совпадают не столько потому, что существует «объективная местная специфика», сколько потому, что каждая формируются по своим собственным законам, под влиянием разных субъектов политического процесса.

Это происходит в силу описанного в современной литературе эффекта «давления источника». Как отмечают исследователи, содержание посланий, которые распространяют средства массовой информации, определяется не столько журналистами, сколько теми, кто выступает в качестве первичных источников информации. Такими источниками для региональных журналистов являются в первую очередь и по преимуществу представители местной элиты. Именно они снабжают журналистов исходной информацией и одновременно задают идеологическую рамку для интерпретации этой информации. Рутинный процесс сбора информации организован таким образом, что журналисты обращаются в первую очередь к лицам, имеющим власть и влияние, как к источникам, внушающим наибольшее доверие, а затем транслируют сообщения этих источников. Как сформулировал С. Холл, место, которое средства массовой информации занимают в структуре властных отношений, таково, что они играют важную, но вторичную роль в процесс воспроизводства определений, даваемых теми, кто имеет право на привилегированный доступ к масс-медиа в качестве достоверных источников¹. Работники СМИ действуют в тех пределах, которые задаются первичными определениями, так что даже если они приводят высказывания, противоречащие исходной точке зрения, они все равно включают их в уже существующие определения того, что происходит.

На региональном уровне повесткообразующими субъектами обычно являются губернатор соответствующего субъекта Федерации, главы крупнейших муниципальных образований и руководители финансово-промышленных групп. Появление института полномочных представителей Президента в федеральных округах привело к тому, что на региональном уровне появился еще один субъект

¹ *Hall S. et al. Policing the Crisis. L., 1978. P. 59.*

ект, не просто выполняющий повесткообразующие функции, но и выступающий в качестве связующего звена между общефедеральной и региональной повестками дня.

Хотя телевидение играет ключевую роль при формировании массовой региональной повестки дня, в отличие от федерального уровня, оно далеко не всегда при этом является самостоятельным субъектом влияния. В зависимости от степени развитости информационного пространства и особенностей политической ситуации, региональная повестка дня может определяться как государственными, так и частными телеканалами.

По сравнению в общефедеральным уровнем, набор телевизионных жанров, обеспечивающих трансляцию и поддержание региональной повестки дня, заметно сужен. В основном это местные информационные программы (рейтинг которых вполне сравним, а зачастую и превышает рейтинг общероссийских информационных программ) и различные виды прямых эфиров с ключевыми фигурами региона (полномочным представителем Президента РФ, губернатором, мэрами). Информационно-аналитические программы существуют далеко не во всех регионах. И даже там, где они существуют, они зачастую сводятся к официальной хронике, и поэтому не выполняют закрепляющей тематической функции.

Как показывает опыт, для того чтобы региональная тема вошла в общефедеральную повестку дня, необходимо:

а) чтобы какой-либо из повесткообразующих субъектов федерального уровня посетил соответствующий регион (классический пример – поездка Президента РФ по субъектам федерации) или встретился с его представителями;

б) произошло событие общефедерального уровня, которое одновременно в той или иной мере затронуло регион; к событиям этого типа также относятся различного рода стихийные бедствия, техногенные катастрофы и пр. Идеально соответствуя формату «плохие новости», такие события гарантированно привлекают внимание общефедеральных СМИ и требуют вмешательства федеральных властей;

в) регион в той или иной мере оказался вовлеченным в общефедеральные акции, как случилось в начале 2005 г. в связи с переходом от натуральных льгот к денежным компенсациям.

Иными словами, попадание региона в федеральную повестку дня означает, что он в той или иной степени попал в зону актуального внимания федеральной власти: или в силу того, что его посетил представитель власти, или потому, что положение в регионе требует федерального вмешательства или порождает проблемы федерального уровня, или в качестве «образца» для демонстрации эффекта от общефедеральных акций.

Конструирование проблем с позиций власти предполагает включение их во вполне определенную дискурсивную рамку, или «кодирование». Данный термин был введен С. Холлом для описания единого направленного процесса «закрытия» («closure») системы многоакцентных репрезентаций, то есть сужения всего потенциального спектра значений до тех, которые являются предпочтительными в господствующей идеологии. Закрытие обеспечивает натурализацию и абсолютизацию моноакцентных идеологических конструкций, в результате чего они превращаются в нормы здравого смысла и становятся предпосылкой любого мыслительного акта. Таким образом и формируется «гегемонистский культурный порядок», обеспечивающий легитимацию существующего положения вещей как естественного, неизбежного и само собой разумеющегося.

Каким образом средства массовой информации под «давлением источников» кодируют социальные проблемы? Представители властных структур склонны рассматривать «население» как объект рациональных бюрократических процедур, а не как партнера, и тем более – не как самостоятельный субъект действия. «Население» имеет определенные потребности, которые власти стараются по возможности удовлетворить, но удовлетворить которые полностью по определению нельзя. Если степень удовлетворения потребностей является недостаточной, имеет место социальная проблема (например жилищная). Однако определение степени, до которой могут быть удовлетворены потребности, находится в исключительной компетенции органов власти и недоступно пониманию «населения». Это означает, что определения социальных проблем, которые наличествуют в СМИ, даются с прагматических позиций административно применяемой власти, исходя из технических, экономических и административных соображений.

При этом в сознании представителей органов власти постоянно присутствуют образы «неблагодарного населения», которое

не в силах оценить заботу властей о себе и постоянно предъявляет все новые требования, не осознавая сложности тех проблем, которые приходится решать для их удовлетворения.

Однако, как неоднократно отмечал С. Холл, между кодированием и декодированием отнюдь не наблюдается полного совпадения. Гегемония в сфере кодирования – есть гегемония в граммшианском понимании этого термина, то есть постоянно оспариваемое и нуждающееся в постоянном закреплении господство. В процессе декодирования может осуществляться «семантическая герилья» против господствующей идеологии путем переосмысления преференциальных смыслов, заложенных в послание отправителями. Она возможна потому, что не существует неизбежной зависимости между кодированием и декодированием: первое может попытаться навязать свои предпочтения, но не в состоянии предписать или гарантировать последнее, которое имеет собственные условия существования¹. Между кодированием и декодированием возможен и регулярно возникает разрыв, а процесс массовой коммуникации является систематически искаженным процессом. Этот разрыв объясняется не особенностями субъективного восприятия членов аудитории, а тем положением, которое они занимают в социальной иерархии, особенно когда это положение – подчиненное.

С. Холл выделил три возможных варианта соотношения кодирования и декодирования в процессах массовой коммуникации.

Во-первых, возможна ситуация, когда между кодированием и декодированием существует полное соответствие и процесс соответствует идеалу совершенно неискаженной коммуникации. Характерно, что для С. Холла полное понимание и совершенно неискаженная коммуникация – это *худший* из возможных вариантов, поскольку они означают, что индивид полностью вписан в гегемонистский культурный порядок и оперирует исключительно господствующими кодами. Например, при обращении к жилищной проблеме индивид соглашается с тем, что государство не может раздавать жилье бесплатно, что необходимо развивать ипотеку, в результате – жилищная проблема будет успешно решена усилиями самих людей.

¹ Hall S. Encoding/Decoding // Media and Cultural Studies. KeyWorks. L.: Blackwell Publishers, 2001. P. 173.

В награду его поведение вознаграждается «удовольствием от узнавания». Как формулирует это один из последователей С. Холла школы Дж. Фиск, занимая навязываемую средствами информации гегемонистски-доминирующую позицию, мы испытываем идеологическое наслаждение от того, что мы еще раз убеждаемся, что наша доминантная идеологическая практика *работает*: и значения реальности, и порождаемая ими наша субъективность кажутся имеющими смысл¹. Таким образом обеспечивается спонтанное согласие членов аудитории с существующим положением вещей и действиями власти.

Однако случаи, когда члены аудитории занимают «гегемонистски-доминирующую позицию» (словообразование самого С. Холла), достаточно редки. Гораздо чаще соответствие между кодированием и декодированием является только частичным и достигается в результате переговоров, так что получившийся культурный порядок можно также определить как «переговорный». Суть переговорного процесса состоит в том, что в процессе декодирования член аудитории признает легитимность гегемонистских определений на высшем (общем) уровне, но на более ограниченном, ситуативном уровне исходит из собственных оснований² и действует методом исключения из правила. У членов аудитории сохраняется возможность получать удовольствие от узнавания и верить в осмысленность существующего порядка вещей, но в то же время они отказываются полностью соответствовать той конструкции субъекта, которую им предлагают, и далеко не однозначно реагируют на интерпелляцию.

Иными словами, члены аудитории, в целом сохраняя лояльность господствующей идеологии, осмысливают определенные события в духе, противоречащем этой идеологии, но соответствующем их собственной социальной позиции, то есть исходят из корпоративных соображений. Возникающие при этом противоречия, как правило, не осознаются, поскольку переговорная логика всегда является ситуативной и не выходит за пределы данной ситуации³.

¹ Fiske J. *Television Culture*. L.; N.Y.: Methuen & Co Ltd, 1987. P. 51.

² Hall S. *Encoding/Decoding ...* P. 175.

³ Отметим близость данного утверждения к одному из основных тезисов социальной феноменологии о ситуативности повседневного мышления.

Например, индивид может соглашаться с тем, что государство не будет раздавать жилье бесплатно и что необходимо развивать ипотеку, но при этом пребывает в убеждении, что в данном конкретном случае (например, если в сюжете речь идет об учителях, врачах и т.п.) жилье должно выдаваться бесплатно.

Таким образом, хотя кодирование было осуществлено исходя из гегемонистски-доминирующей позиции, декодирование осуществляется на основе «переговорно-корпоративной позиции» (еще одно словообразование С. Холла). Такое декодирование может восприниматься производителями посланий просто как недопонимание (например недопонимание недостаточно образованными людьми механизмов ценообразования в жилищной сфере). Но на самом деле оно является одной из разновидностей семантической герильи, то есть смысловой партизанской войны против гегемонистского культурного порядка.

Декодирование может носить и радикальный характер, то есть осуществляться с позиций прямо противоположных господствующей идеологии. В этом случае член аудитории деконструирует гегемонистский культурный код и конструирует послание заново в оппозиционном коде. Декодирование с радикально-опозиционных оснований происходит тогда, когда член аудитории меняет акцентуацию знака, например превращает «общечеловеческое» в «классовое», «нормальное» в «патриархатное» и т.п. Это означает, что он отказывается испытывать удовольствие от узнавания, то есть производит денатурализацию идеологии, разоблачает ее претензии на общезначимость и перестает воспринимать предписанную ему позицию в социальной структуре как нормальную, естественную и непротиворечивую. Например, просмотрев сюжет о развитии ипотеке, член аудитории делает вывод, что ипотека – это очередной обман граждан со стороны государства, которое *должно* раздавать жилье бесплатно.

Если вернуться к более общей проблеме декодирования социальных проблем, то в России население при декодировании сообщений о социальных проблемах использует особую дискурсивную рамку, далеко не полностью совпадающую с той, которая применяется в процессе кодирования. «Население» исходит из того, что власть может и обязана эффективно решать социальные проблемы, поэтому сам факт их существование рассматривается

как свидетельство того, что «они», то есть представители власти, сознательно (в силу некомпетентности, коррумпированности и т.п.) уклоняются от такого решения¹.

Что касается средств массовой информации, то они используют оба кода – и код властей, и код населения, так как, во-первых, выполняют роль посредника между ними и, во-вторых, по-разному позиционированы относительно властей, как федеральных, так и региональных.

В результате одни и те же социальные проблемы предстают в региональных СМИ как успешно решаемые, не решаемые по объективным причинам и не решаемые в силу недостаточных усилий со стороны власти, причем это может происходить как последовательно, так и одновременно. Однако на эффект установления повестки дня подобное дискурсивное многообразие влияет мало, так как суть этого эффекта состоит в том, что средства массовой информации не столько убеждают и внушают определенную точку зрения, сколько создают у индивида образ реальности, относительно которого он самостоятельно ориентируется и принимает практические решения. Иными словами, они определяют, о чем он думает, а не как. Поэтому вполне возможна ситуация, когда проблема, описанная в рамках бюрократического дискурса, то есть «сверху», будет перекодирована «снизу», так что утверждения о ее успешном решении станут восприниматься как еще одно подтверждение нежелания власти ее решать. Учитывая, что постсоветский зритель далеко не утратил навыки «эзоповского чтения», которое, собственно, и состоит в умении перекодировать властный дискурс в собственных интересах, такую ситуацию можно считать достаточно частой. Мы неоднократно сталкивались в ходе фокус-групп с высказываниями о том, что «СМИ правду не говорят», что не мешало говорившему рисовать свое видение существующих проблем опираясь именно на мнение СМИ.

Конечно, аудитория, осуществляя декодирование и смену дискурсивной рамки, применяет типичную «стратегию слабых»,

¹ Более подробно об имеющемся у населения образе власти см.: Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Понимает ли народ то, что говорит власть? // Дискурс-Пи. Научно-практический альманах. Вып. 1. Екатеринбург: УрГСХА, 2001.

так как находится в заведомо невыгодной и неравноправной позиции по отношению к другим участниками процесса массовой коммуникации. Однако, как показывают новейшие исследования взаимодействия масс и элит, «стратегии слабых» тем не менее являются вполне полноценными стратегиями, обеспечивающими тем, кто их применяет, решение их оперативных задач.

Таким образом, подводя итоги осуществленного нами теоретического синтеза, можно сделать вывод о том, что посредством установления повестки дня средства массовой информации легитимируют социальные проблемы, конструируемые в процессе взаимодействия субъектов власти и влияния в сфере публичной и непубличной политики. Эта легитимация происходит на основе дискурсивной рамки, предложенной источниками – субъектами власти и влияния. Однако рамка корректируется с учетом дискурсивных особенностей аудитории, хотя степень коррекции может быть различной в зависимости от структуры местного политического и управленческого пространства.