

МОРАЛЬНЫЕ ДЕВИАЦИИ СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

С. В. Мошкин,
д-р полит. наук, доцент,
ст. науч. сотр.
Институт философии и права
Уральского отделения РАН
osa-sv@yandex.ru

Аннотация. Рассматриваются девиации общепринятых норм речевого поведения в современных медиа, раскрываются причины таких отклонений. Делается вывод, что вторжение интернета в медиасферу во многом обусловило рост «ненормальности» в медиадискурсе.

Ключевые слова: интернет-коммуникации, моральные девиации, этика СМИ, интернет-цензура.

MORAL DEVIATIONS OF MODERN MEDIA

S. V. Moshkin,
Institute of Philosophy and Law
Ural Branch of the Russian Academy of
Sciences,
Senior Researcher, Doctor of Political Sciences
osa-sv@yandex.ru

Abstract. The article addresses the problem of deviations from the generally accepted norms of speech behavior in modern media. The reasons for such deviations are considered. It is concluded that the Internet invasion into the Media Sphere is one of the main reasons of the growing level of "abnormality" in media discourse.

Keywords: Internet communications, moral deviations, media ethics, Internet censorship.

Современная медиасреда демонстрирует бесчисленные примеры попрания нормализованных норм общения. То, что еще вчера казалось неприемлемым для СМИ, явным отклонением от общепринятых норм речевого поведения, сегодня воспринимается делом обыденным и почти обязательным. По сути, на наших глазах происходит моральная трансформация медиа, и не последняя причина тому – экспансия интернета в среде массовой информации.

Интернет сломал привычную одностороннюю схему распространения информации: от элитарного, институционально очерченного публикатора (редакция, издательство) к широкой аудитории. Вчерашний безликий потребитель медиапродукции сегодня сам активно вторгается в медиасферу и посредством интернета становится генератором публичной информации. То есть посредник в виде публикатора, в виде профессиональной корпорации журналистов традиционных СМИ перестает быть нужным. В каком-то смысле это возвраще-

ние в античность, когда все граждане могут высказаться напрямую и быть услышаны, современный интернет возродил древнюю Агору.

Традиционные СМИ, в силу идеологической ангажированности и профессиональных стандартов, существенно ограничивали возможность подавляющему большинству общества публично высказываться о наболевшем. С приходом интернета в каждый дом эти ограничения сняты, молчащее прежде большинство получило такую возможность, и инстинкты толпы неизбежно хлынули в медиасферу, неся с собой конфликтность, радикализм и агрессию. И здесь выяснилось, что сдерживать человеческий негатив в интернет-медиа попросту некому: новый медийный этос не сформирован; интеллектуальная элита, чья задача задавать культурные и этические стандарты поведения, сама оказалась вовлеченной в бесконечные медиавойны, где каждый по-своему прав и непреклонен; да и СМИ в их традиционном виде перестали существовать, утратив способность и желание давать объективную оценку событий. В борьбе за аудиторию они не прочь исказить факты или представить их ложную интерпретацию в угоду настроениям толпы и политической конъюнктуры. Современная медиасреда стала благодатной почвой для развития коммуникативных девиаций.

Как представляется, в первую очередь это связано с особенностями функционирования самого интернета как такового. «Этот новый медиум, – пишут польские исследователи В. Новяк и П. Павелчик, – со всей силой обнажил сидящую в человеческих существах жажду подглядывания, агрессивно критического комментирования и экспансионизма – обнажения себя. Сидящие в индивидах комплексы, расстройства, травмы и общественные недостатки нашли новый выход в их анонимном, публичном изъяснении. [...] Индивид способен нести в интернет, и несет в него, негативизм, ненависть, агрессию» [1, с. 70–71]. Здесь надо заметить, что ретрансляция медийных девиаций в СМИ раньше была, по сути, своеобразной привилегией символических элит (издатели, политики, журналисты), сегодня же массовый индивид, получив безграничную возможность высказаться, так и не получил искомый символический капитал, который позволил бы ему присоединиться к элитам. Профанное так и осталось профанным, бытовым, неискушенным, злобным.

Во-вторых, налицо кризис самой журналистской профессии, подрыв ее институциональных основ, девальвация профессиональных стандартов, норм и этических принципов, что неизбежно ведет к снижению качества журналистских материалов, к агрессивности и сенсационности в их подаче. К тому же в погоне за новыми моделями заработка традиционные издания все активнее включаются в мировую паутину посредством своих интернет-версий и, как следствие, начинают играть на информационном поле по правилам интернет-среды с присущей ей пониженной социальной ответственностью. Но если профессиональная журналистика еще в состоянии кон-

тролировать степень «ненормальности» своих материалов, то обсуждение этих материалов в интернет-дискуссиях для издателей процесс абсолютно неуправляемый. Негативные установки, оскорбления, обвинения и угрозы становятся здесь неотъемлемой частью полемики. «Журналистика становится бессильной, когда дискуссия выходит за установленные ею рамки, как в тематическом плане, так и пространственном, – констатирует Р. Г. Иванян. – Именно эта черта в наибольшей степени характеризует место и роль журналистики в современном мире» [2, с. 213].

И, наконец, немалую роль в развязывании коммуникативных девиаций зачастую играет сама государственная власть посредством разнообразных институтов политической пропаганды. Российский опыт – тому подтверждение. Различные политические шоу здесь переполнены агрессией, то есть стремлением нанести реальным и мнимым оппонентам максимальный идейно-политический и нравственный ущерб [3]. Смысл использования коммуникативной агрессии на государственных СМИ заключается в возможности мобилизации политических сторонников и запугивания политических оппонентов. Сам формат политических шоу создает почву для нагнетания страстей. Взаимные оскорбления становятся не инсценировкой, а логическим развитием дискуссии, когда оппоненты хотят показать друг другу, что готовы пойти на крайние меры, чтобы отстоять свою позицию [4]. Если же зрительский интерес к формату начинает затухать, а рейтинги просмотров падать, продюсерам программ приходится идти на повышение градуса агрессии и использовать более жесткие, более травмирующие приемы политической пропаганды. И есть все основания считать, что применение коммуникативных агрессий в официальном политическом дискурсе России будет только усиливаться.

Однако, как противостоять всему этому, непонятно. Рецептов попросту нет. Сложно ожидать от журналистов, чтобы они соблюдали профессиональные стандарты и правила, этические принципы и кодексы профессионального поведения, когда серьезно подорвано само доверие к СМИ и журналистской профессии. Надеяться на корректное поведение пользователей интернета тоже не приходится. Остается лишь предостерегать журналистов от возможности невольного провоцирования агрессии в медиасфере и уповать на то, что в обществе наступит определенная усталость от коммуникативных девиаций и что у людей сформируется некий запрос к СМИ на «нормальность» в предоставлении информации.

Впрочем, появились и реальные попытки нормализации общения в интернет-среде. Речь идет о практике некоторых социальных сетей цензурировать личные посты и сообщения пользователей. Сегодня крупнейшие социальные сети, такие как Facebook, Instagram или Twitter, имеют миллиарды пользователей по всему миру. Новые коммуникационные ресурсы превратились из площадок межличностного общения в серьезные средства массовой информации. Такая ситуация привела

к тому, что социальные интернет-сети стали использоваться для политической мобилизации, причем хорошо известно, что для этого применяются фейковые аккаунты, а распространяемая информация порой не соответствует действительности. Естественно, с подобными явлениями стоит бороться, однако такая борьба, похоже, привела к противоположным эксцессам, и, прежде всего, к «фильтрации» информации, исходящей от реальных людей, имеющих право на собственное мнение. Их суждения стали произвольно оцениваться работниками (эту работу все чаще стали выполнять роботы) самих информационных «гигантов». По сути, мы говорим об ограничении свободы слова – на этот раз в интернете. Яркий пример тому – последние президентские выборы в США осенью 2020 года. Наблюдая за ходом кампании, мы, в частности, стали свидетелями фактической блокировки сетями Twitter и Facebook сотен аккаунтов частных лиц и организаций, не говоря уже о блокировке якобы сомнительной информации, размещенной в сети действующим еще на тот момент президентом Д. Трампом. Ссылаясь на масштабный рост дезинформации о выборах, вслед за Twitter и Facebook о дополнительных мерах по борьбе с ложными сведениями объявили Instagram и YouTube.

Стоит надеяться, что владельцы и администраторы социальных сетей в данном случае руководствовались благими намерениями. Возможно, они искренне хотели оградить политизированную публику от информационных провокаций и тем самым снизить градус напряженности предвыборной гонки, и уберечь общество от окончательного политического раскола. Но можно ли ради этого, пусть даже самого благого намерения, жертвовать принципом свободы слова и самовыражения? Можно ли во имя преодоления деструктивных последствий коммуникативных девиаций применять в медиасфере инструменты цензуры? Это серьезные вопросы, на которые нет, да, наверное, и не может быть, однозначных ответов. А значит, нужна широкая общественная дискуссия и научное осмысление складывающейся практики цензурирования интернета как с политико-правовой, так и с нравственной точек зрения.

Библиографический список

- 1 Новяк В. Постправда и словесная агрессия в СМИ: инструментальный формирования картин мира / В. Новяк, П. Павелчик // *Коммуникативные агрессии XXI века* / под ред. В. А. Сидорова. – Санкт-Петербург : Алетей, 2019. – С. 58–81.
- 2 Иванян Р. Г. Коммуникативные агрессии в контексте гражданского общества: дискурс солидаризации // *Коммуникативные агрессии XXI века* / Р. Г. Иванян ; под ред. В. А. Сидорова. – Санкт-Петербург : Алетей, 2019. – С. 192–215.
- 3 Сидоров В. А. Коммуникативные агрессии XXI века: определение и анализ предпосылок / В. А. Сидоров // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык литературы*. – 2018. – Т. 15. – Вып. 2. – С. 300–311.
- 4 Гринберг С. Почему на российском ТВ показывают все больше драк / С. Гринберг // *ИА URA.RU*. 25.02.2018. – URL: <https://ura.news/articles/1036274032> (дата обращения: 19.03.2021).