

## ФУНКЦИИ И ДИСФУНКЦИИ МЕДИАСФЕРЫ В ПРОБЛЕМАТИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОТИВОРЕЧИЙ

Панкова Г. К.

*ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет», факультет прикладных коммуникаций, Санкт-Петербург, Россия (199004 Санкт-Петербург, 1-я линия В.О., 26), e-mail: galina\_pankova@mail.ru*

---

Медиафера является основным пространством, где происходит конструирование социально значимой проблематики, поскольку медиа представляют собой не только источник информирования о противоречиях функционирования общества, но и средство коммуникации по поводу развития и разрешения этих противоречий. Посредством коммуникаций те или иные социальные противоречия вовлекаются в медиаферу, проблематизируются и становятся предметом общественного внимания. Основываясь на существующих подходах к выявлению социальных функций медиаферы и опираясь на анализ роли медиаферы в проблематизации социальных противоречий, в статье выделены функции медиаферы в конструировании значимой для общества проблематики. В условиях насыщения медиаферы социально значимой информацией неизбежна конкуренция между проблемами за общественное внимание. Социально значимые проблемы конкурируют также и за чувство сострадания, которое люди испытывают в отношении событий, выходящих за пределы их повседневной жизни. Повсеместности присутствия медиаферы способствуют разрастание коммуникационных каналов, конвергенция масс-медиа, повторяемость сообщений в различных СМИ, что создает эффект «нормализации» девиаций в силу их видимой распространенности. Подобной «нормализации» способствуют и такие практики журналистики, которые основаны на погоне за сенсационной информацией, преобладании негативных новостей, нежелании представить широкий контекст социально значимой проблематики и пути ее решения. На основании проведенного анализа дисфункциональности медиаферы в проблематизации социальных противоречий в статье высказана следующая гипотеза. Подобные негативные тенденции в медиаконструировании социально значимой проблематики могут быть нивелированы в случае, если: 1) информация о проблеме будет более специфичной, соответствуя особым характеристикам более структурированной аудитории, 2) сама эта информация будет структурирована в результате интерактивной межличностной коммуникации, 3) в медиаконструирование социально значимой проблематики будет встроено локальное знание о контекстах развития и разрешения социально значимой проблематики. Все три условия могут быть созданы в интерактивной медиасреде.

---

Ключевые слова: медиафера, медиаконструирование, интерактивные медиа, социальные противоречия, социально значимая проблематика.

## FUNCTION AND DYSFUNCTION OF THE MEDIA SPHERE IN PROBLEMATIZING SOCIAL CONTRADICTIONS

Pankova G. K.

*Saint-Petersburg State University, Faculty of Applied Communications, St. Petersburg, Russia (St. Petersburg 199004, 1st line V.O., 26), e-mail: galina\_pankova@mail.ru*

---

Media sphere is the main space, where happens the construction of socially important problems, because media are not only a source of informing about the controversy of society's functioning, but also a kind of communication regarding the development and resolving these contradictions. Through communications various social contradictions get involved in media sphere, problematizing and becoming the subject of public attention. Based on the existing approaches to the identification of social functions of the media sphere and based on an analysis of the role of the media in the problematization of the social contradictions, the article highlights the functions of the media in the construction of a socially significant problem. In conditions of saturation media socially significant information there is inevitable competition between the problems for public attention. Socially significant problems also compete for the sense of compassion that people are experiencing in relation to events beyond their everyday life. The ubiquity of media presence is based on the expansion of the communication channels, media convergence, the frequency of messages in a variety of media, which creates the effect of «normalization» deviations due to their visible prevalence. This «normalization» contribute to such practices of journalism, which are based on the pursuit of sensational information, the predominance of negative news,

**reluctance to provide the broad context of socially significant problems and the ways of its solution. On the basis of the analysis of the dysfunctional media sphere in the problematization of the social contradictions in the article the following hypothesis is expressed. These negative trends in "media construction" of socially significant problematic can be tolerated if: 1) the information about the problem is more specific, corresponding to the special characteristics; 2) the information is structured as a result of interactive interpersonal communication; 3) socially significant issues are integrated in local knowledge about the contexts of development and resolution of socially important problems. All three conditions can be created in interactive media landscape.**

---

Key words: media sphere, interactive media, social contradictions, socially significant problems.

Медиафера в современном обществе является основным пространством, где происходит конструирование социально значимой проблематики, поскольку медиа представляют собой не только главный источник информирования о противоречиях функционирования общества, но и средство коммуникации по поводу развития и разрешения этих противоречий. Именно медиафера определяет доминирующие тенденции в общественном восприятии социально значимых проблем, формулировании и формировании установок различных социальных групп в отношении к этим проблемам.

Целью этой статьи является рассмотрение функций и дисфункций медиаферы в постановке и разрешении социально значимых проблем на основании выявления коммуникативной сущности проблематизации существующих в обществе противоречий. Посредством коммуникаций те или иные социальные противоречия вовлекаются в медиаферу, проблематизируются и становятся предметом общественного внимания.

Социальные противоречия рассматриваются в различных ракурсах, определяющихся, как правило, основными значениями термина «социальное» [2; 74]. Во-первых, речь идет о противоречиях между обществом и природой или между деятельностью по изменению окружающей среды и результатами этой деятельности. Из этой группы противоречий выводится широкий спектр экологической проблематики, значение которой в современном обществе растет [3; 19]. Во-вторых, социальные противоречия рассматриваются как противоречия между социальными классами, стратами или слоями. Особенностью этой группы противоречий является их укорененность в основаниях различных систем социальной стратификации, закрепляющих социально-стратовые (или социально-классовые) различия. И в-третьих, социальные противоречия понимаются в более широком контексте как противоречия между различными социальными группами по самым разнообразным критериям. Поскольку отношения между людьми и социальными группами разнообразны, то и классификации противоречий этой третьей группы многообразны. В том числе речь может идти о всевозможных субкультурных противоречиях, противоречиях межрелигиозных и межэтнических, социально-демографических и т. п.

В анализе медиаконструирования социально значимых проблем обращает на себя внимание противоположность между наличием в обществе неких противоречий и характером вовлеченности этих противоречий в общественную дискуссию. Процесс осознания социальных противоречий и вовлечения их в публичные дискурсы можно определить как проблематизацию социальных противоречий, т.е. превращение существующих, но не всегда осознаваемых противоречий в социально значимую проблему, вызывающую общественный интерес.

А. Пятигорский под проблематизацией понимал «такое рассмотрение объекта политической рефлексии, которое ведет либо к новым альтернативам, либо к новым вариантам прежних альтернатив, либо, наконец, к радикальной смене объекта» [1; 70]. В этом определении связь между проблематизацией и политической рефлексией не случайна. Именно в процессе рефлексии существующих социальных противоречий эти противоречия определяются или переопределяются, превращаясь в значимую проблему. Роль медиасферы в процессе проблематизации социальных противоречий оказывается принципиальной. Неслучайно А. Пятигорский замечает, что необходимость проблематизации была раньше понята именно журналистами: «...с начала XX века самые интересные политические диагнозы были сделаны не политиками, не учеными, а журналистами» [1; 71].

Основываясь на существующих подходах к выявлению социальных функций медиасферы и опираясь на анализ роли медиасферы в проблематизации социальных противоречий, выделим функции медиасферы в конструировании значимой для общества проблематики. Среди основных функций можно назвать следующие девять:

1. Коммуникативная функция, состоящая в обеспечении связи индивидуальных и коллективных субъектов проблематизации социальных противоречий на основании создания площадок, обеспечивающих поддержание общего дискурса социально значимой проблемы.
2. Аксиологическая функция, обеспечивающая совместную выработку субъектами дискурса ценностно-смыслового отношения к выявленной социально значимой проблеме.
3. Функция социально-политической социализации, позволяющая вовлекать в процесс проблематизации социальных противоречий широкие слои граждан, которые ранее избегали активного участия в общественно-политической жизни.
4. Просветительская функция, состоящая в воспитании способности субъектов проблематизации социальных противоречий мыслить самостоятельно и ответственно.
5. Интегративно-дизинтегративная функция, выражающаяся в содействии, с одной стороны, объединению усилий различных субъектов в постановке и решении социально значимой проблемы, а с другой – размежеванию позиций участников проблематизации социальных

противоречий и выявлению различных групп интересов, которые необходимо согласовывать в процессе выработки решения.

6. Конфликтологическая функция, связанная с предыдущей и состоящая в своевременном выявлении конфликтогенных факторов проблематизации социальных противоречий и в предупреждении острых форм конфликтного взаимодействия.

7. Управленческая функция, состоящая в способности медиасреды содействовать выработке управленческих решений, качество и эффективность которых будет напрямую зависеть от согласованности позиций разнородных групп интересов, вовлеченных в процесс конструирования социально значимой проблемы.

8. Прогностическая функция, позволяющая предвидеть наиболее нежелательные формы развития социальных противоречий, выявлять потенциально назревающие проблемы и определять приоритеты и перспективы развития различных сфер общественной жизни.

9. Гуманистическая функция, состоящая в привлечении различных социальных субъектов к ненасильственным действиям в разрешении существующих социальных противоречий и в реализации гражданского контроля деятельности власти, что позволяет минимизировать негативные последствия бюрократизма, коррупции, протекционизма и других причин нечувствительности власти к социально значимой проблематике.

Однако наряду с названными функциями, медиасфера может оказаться и дисфункциональной в процессе проблематизации социальных противоречий. В этом случае будут наблюдаться не только сбои в осуществлении описанных выше функций, но и развитие негативных последствий, прямо противоположных тем, которые должны быть достигнуты в результате нормального функционирования медиасферы. Так, коммуникативная функция может обернуться дисфункцией, связанной с возникновением коммуникативных барьеров и разрушением коммуникации, аксиологическая функция – дисфункцией, выражающейся в обесценивании ценностей и разрушении смысловой сферы. Аналогичные трансформации могут происходить и с другими функциями.

Следует обратить внимание на весьма важный для методологии функционального анализа тезис Р. Мертона о том, что изучение латентных функций и дисфункций может привести к наиболее интересным результатам. В частности, Р. Мертон писал, что скрытые функции практической деятельности не являются результатом здравого смысла, а представляют собой непреднамеренные и часто неосознаваемые социальные, социально-политические или социально-психологические последствия отклонения от провозглашенных явных функций. Поэтому их изучение часто обнаруживает весьма важные парадоксальные результаты [6; 122].

Рассмотрим некоторые латентные аспекты функционирования медиасферы, а также дисфункциональные аспекты медиаконструирования социально значимой проблематики более подробно.

Одним из проявлений дисфункциональности медиасферы в проблематизации социальных противоречий является так называемый феномен «усталости сострадать». «Усталость сострадать» выражается в апатии и потере чувствительности к социальным проблемам. Одним из первых эмпирических исследований этого феномена является работа К. Кинник, Д. Крэгмона и Г. Камерона [7; 73]. Феномен «усталости сострадать» авторы описывают как непредвиденный побочный продукт функционирования медиасферы. Под состраданием авторы исследования понимают эмоциональную реакцию социального субъекта, которая вызывается эмпатией – естественной реакцией человека или сообщества на страдания других людей. Суть этой реакции состоит в том, что индивид мысленно ставит себя на место страдающих, что способствует укреплению морали и чувства сострадания. Существует диапазон оптимального уровня эмпатии, в рамках которого индивиды вероятнее всего будут стремиться облегчить свое эмпатическое сострадание, выбирая стратегии сопричастности. За рамками этого диапазона наблюдаются различные варианты уклонения от сострадания и, соответственно, от участия в помощи.

Очевидно, что феномен «усталости сострадать» проявляется и в политической сфере, современная трансформация которой в значительной степени объясняется гражданской апатией и «демобилизацией» общества. В России подобные эффекты оказываются наиболее опасными, если учесть степень «атомизации» общества, разорванность социальных связей, узкий радиус доверия и крайне низкие показатели социального капитала.

Следует согласиться с тезисом А. Черных о противоположности концепции, объясняющей «усталость сострадать», активно использующимся в медиасфере технологиям привлечения внимания к благотворительной деятельности и сбору пожертвований [4; 180-194]. Эти технологии направлены, в большинстве своем, на увеличение объема освещения социально значимой проблематики с целью вызвать чувство сострадания. Подобные технологии «раскручивания» будут иметь противоположный эффект и приведут к дальнейшему разложению способности общества сострадать. Такой эффект хорошо изучен на материале повторяющихся рекламных сообщений, которые первоначально вызывают позитивный отклик, а после многократного повторения часто порождают негативную реакцию [7; 11].

В условиях расширения информационного поля и насыщения медиасферы социально значимой информацией неизбежна конкуренция между проблемами за общественное

внимание. Социально значимые проблемы конкурируют также и за чувство сострадания, которое люди испытывают в отношении событий, выходящих за пределы повседневной жизни и непосредственных забот. Подобный «выход» за пределы непосредственного круга жизненного мира оказывается возможным в результате такой черты медиасферы, как ее вездесущность. Повсеместности присутствия медиасферы способствуют разрастание коммуникационных каналов, конвергенция масс-медиа, повторяемость сообщений в различных средствах информации, что создает эффект «нормализации» девиаций в силу их видимой распространенности. Подобной «нормализации» способствуют и такие практики журналистики, которые основаны на погоне за сенсационной информацией, преобладании негативных новостей, нежелании представить широкий контекст социально значимой проблематики и пути ее решения.

Социально значимая проблематика в этих случаях приобретает характер крупномасштабных кризисов и катастроф, с которыми аудитории сложно скорреспондироваться. Кроме того, в разоблачительной журналистской аналитике существующие институты часто предстают как неэффективные, что также подрывает возможные основания поиска решений социально значимых проблем. Положительная информация, напротив, часто вызвана имиджевыми мотивами и необходимостью «поднять рейтинг» некой персоны или структуры, что также часто ведет к блокированию конструктивного потенциала положительной информации, искажающей действительность.

Эти выводы подтверждаются результатами фокусированных групповых интервью, проведенных автором статьи в 2010–2013 гг. в рамках исследования телеаудитории по проблеме освещения в телепередачах таких проблем, как семейное насилие, ликвидация последствий лесных пожаров и наводнений. Участники фокус-групп объясняли свое равнодушие к обсуждаемой проблематике следующими мотивами:

- значимость данной проблематики не является исключительной, и привлечение к ней такого внимания не оправданно;
- обсуждаемая проблема не имеет решения или, по крайней мере, такое решение не зависит от усилий отдельных людей;
- в настоящее время слишком много подобных проблем, и каждому следует сосредоточиться на решении своих собственных проблем, а не помогать всему миру («у меня своих проблем полно», «я предпочитаю не смотреть такие передачи»);
- пострадавшие сами виноваты или их страдания результат справедливого возмездия;
- доверие к средствам массовой информации подорвано, и обсуждаемая проблематика имеет опосредованное отношение к действительности («правду мы вряд ли узнаем»).

Мотивы равнодушного отношения участников фокус-групп к социально значимым проблемам вполне осознаны и ведут к социальной аномии и отчуждению. Более того, результаты фокус-групп подтверждают гипотезу о том, что респонденты, которые изначально не имели положительного настроя в отношении жертв той или иной проблемы, под влиянием повторения информации о проблеме в медиасфере приобретают более устойчивое отрицательное отношение как к обсуждению самой проблемной ситуации, так и к ее жертвам. Однако другая часть респондентов, которая изначально относилась к жертвам проблемной ситуации с состраданием, демонстрирует более разнообразную эволюцию своего отношения к данной проблеме: от явной утраты интереса вследствие повторения информации до фрустрации, потери чувствительности и апатии. Несколько реже среди изначально положительно настроенных участников фокус-групп наблюдался рост эмпатического отношения к пострадавшим и желания оказать помощь. Однако и в этом случае продолжение нагнетания негативной информации приводило к снижению чувствительности к проблеме.

На основании проведенного анализа дисфункциональности медиасферы в проблематизации социальных противоречий можно высказать следующую гипотезу. Подобные негативные тенденции в медиаконструировании социально значимой проблематики могут быть нивелированы в случае, если, во-первых, информация о проблеме будет менее диффузной и более специфичной, корреспондируясь с особыми характеристиками более структурированной аудитории, во-вторых, сама эта информация будет структурирована в результате интерактивной межличностной коммуникации и, в-третьих, в медиаконструирование социально значимой проблематики будет встроено локальное знание о контекстах развития и разрешения социально значимой проблематики. Все три условия могут быть созданы в интерактивной медиасреде.

Можно предположить, что активно развивающиеся сегодня интерактивные медиа оказываются способными трансформировать восприятие социально значимой проблематики за счет своей способности устанавливать разветвленные сетевые интеракции вокруг обсуждаемых тем. Устойчивость этих интеракций будет напрямую зависеть от способности интерактивных медиа проявлять и согласовывать интересы участников проблематизации социальных противоречий.

### **Список литературы**

1. Пятигорский А. Что такое политическая философия: размышления и соображения. Цикл лекций. – М.: Европа, 2007. – 152 с.

2. Руткевич М. Н. Социальные противоречия современного российского общества. – М.: ИСПИ РАН, 2001. – 398 с.
3. Сметанина С. И. Стратегия устойчивого развития в контексте журналистики // Экологическая журналистика: сб. статей / под ред. А. В. Давыдовой, А. С. Смоляровой. – СПб., 2011. – С. 17-24.
4. Черных А. Усталость сострадать // Мир современных медиа. – М.: Территория будущего, 2007. – С. 180-194.
5. Kinnick K. N., Krugman D. M., Cameron G. T. Compassion Fatigue: Communication and Burnout toward Social Problem // Journalism and Mass Communication Quarterly. – 1996. – Vol. 73. – № 3.
6. Merton R. K. On Theoretical Sociology. – N.Y.: The Free Press, 1967. – P. 122.
7. Ray M., Sawyer A. G., Strong E. C. Frequency Effect Revisited // Journal of Advertising Research. – 1971. – Vol.11 (February).

**Рецензенты:**

Корконосенко С. Г., доктор политических наук, профессор, зав. кафедрой теории журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета, заместитель декана факультета журналистики по научной работе, г. Санкт-Петербург.

Лабуш Н. С., доктор политических наук, профессор, профессор кафедры международной журналистики Санкт-Петербургского государственного университета, г. Санкт-Петербург.