

## Средства массовой информации в ситуации конфликтного взаимодействия

### Автор

© Алена Савицкая, 2011

**С**овременное состояние развитых государств принято описывать в терминах постиндустриального и информационного общества, характеризующих интегральное воздействие качественной и количественной интенсификации информационных процессов на политическое, социально-экономическое и культурное развитие общества. В информационно-коммуникативном сетевом социальном пространстве массмедиа обретают дополнительные возможности влияния и воздействия. Это обусловлено демассовизацией средств массовой коммуникации, индивидуализацией потребления контента, нарастанием интерактивной составляющей в медийных взаимодействиях, наконец, трансформацией аудитории из пассивного потребителя информации в активного со-творца актуального медиадискурса. Все отмеченные тенденции могут реализовываться как в стабильных, так и в нестабильных социально-политических условиях. Однако особый интерес представляет анализ функционирования медиа в ситуациях конфликтного взаимодействия.

Будучи необходимым компонентом системы институтов информационного общества, СМИ не могут не выступать одним из наиболее значимых акторов в системах, где имеет место конфликтная динамика. Более того, именно медиадискурс, несмотря на его кажущуюся виртуальность, очень часто становится наиболее реальной площадкой развертывания и эскалации конфликта. Как справедливо пишет В.А. Ачкасова, в условиях российской действительности, пуб-

личные социально-политические конфликты вынесены за пределы властных структур в сферу медиапространства [1, с. 150].

Конфликтность в постиндустриальном обществе отнюдь не снизилась, отмечает французский социолог Ален Турен. Социальный конфликт потерял свою классовую сущность, однако различные социальные движения создают проблемные поля, неизменно порождающие противоборство. Ральф Дарендорф, развивая функциональную теорию конфликта, заключил, что социальные конфликты обусловлены самой социальной структурой общества [3, с. 143-147]: различием социальных позиций и ролей, асимметричным распределением ресурсов и т.д.

В существующей на сегодняшний день литературе общепринятой считается предложенная Льюисом Козером дефиниция конфликта как борьбы или притязаний на ограниченно доступные ценности, статус, власть и ресурсы, в ходе которой оппоненты нейтрализуют, наносят ущерб или устраняют своих соперников [4, с.32].

Проведя анализ различных конфликтологических концепций, отечественный исследователь Г.И. Козырев предлагает следующее обобщенное определение конфликта: «социальный конфликт – это открытое противоборство, столкновение двух и более субъектов (сторон) социального взаимодействия, причинами которого являются несовместимые потребности, интересы и ценности» [5, с.40].

Структуру социального конфликта образуют такие элементы, как субъекты (стороны) конфликта, объект (причина столкновения субъектов), инцидент (формальный повод для перехода в открытую стадию конфлик-

### ТЕМЫ “АНАЛИТИКА”

- ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА
- НКО И ВЛАСТЬ
- ОБРАЗ ЖИЗНИ
- ПРОПАГАНДА
- МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ
- ОБРАЗОВАНИЕ

Эта статья является частью результатов исследований специалистов Центра «Аналитик».

© АНО ЦЕНТР «АНАЛИТИК» 2011

та), окружающая среда, конфликтная ситуация, предшествующая конфликту (противоречия, возникающие между субъектами по поводу объекта).

Г.И. Козырев, рассматривая противоборствующие стороны конфликта [5, с. 41], причисляет к ним, во-первых, субъектов – активно действующих акторов, способных инициировать конфликтную ситуацию и отстаивать в ходе ее развития собственные интересы. Во-вторых, участников конфликта – акторов, сознательно, не вполне интенционально или помимо воли вовлеченных в противоборство. При этом предлагается различать прямых и косвенных участников конфликта, которые, преследуя свои цели, способны провоцировать конфликт и способствовать его эскалации, содействовать деэскалации или полному прекращению конфликтной ситуации, а также поддерживать одну из сторон конфликта или обе стороны одновременно.

Также принимать участие в конфликте могут союзники – акторы, официально поддерживающие ту или иную сторону конфликта, и сторонники – индивиды, социальные группы, организации, институты, оказывающие содействие одной из сторон конфликтного противостояния.

Вступая в многочисленные социальные взаимодействия, средства массовой информации могут занимать вышеперечисленные позиции в ситуации конфликтного противоборства, отстаивая при этом собственные интересы, интересы групп, институтов или же общества в целом. Об этом стоит говорить применительно к ситуациям информационных войн, разворачивающихся в пространстве медиа. Часто СМИ играют роль прямых или косвенных участников конфликта посредством осуществления информационного сопровождения конфликтной ситуации.

М. Мельников определяет информационное сопровождение конфликта как направленное или спонтанное освещение в прессе значимых событий конфликтного противостояния [7, с. 17]. С нашей точки зрения, целесообразно разделять понятия спонтанного освещения и информационного сопровождения, поскольку последнее предполагает значительно более глубокую вовлеченность средств массовой информации в конфликтное противоборство. Освещение конфликта, иными словами, информирование подразумевает предоставление массовой аудитории сведений о субъектах и предмете конфликта, о предполагаемых или реальных целях и намерениях соперничающих сторон, о реальных и вероятных последствиях конфликтного

взаимодействия. В базе, мы полагаем, что когда используется термин «освещение конфликта», имеет смысл ставить вопрос об априорной неангажированности журналистского материала, о нахождении журналиста «над схваткой» и о выполнении им функции обеспечения права аудитории знать о происходящем.

Деятельность средств массовой информации по освещению конфликта способствует формированию общественного мнения в двух его онтологических статусах. С одной стороны, СМИ удовлетворяют потребность граждан в получении социально значимой информации, следовательно, способствуют возникновению общественного мнения как феномена духовной природы, состояния общественного сознания.

С другой стороны, в результате информационного сопровождения средствами массовой информации социального конфликта общественное мнение может проявить свою духовно-практическую сущность, выступив в качестве социального института. В этом случае сформированные у аудитории представления о конфликте, его объекте, субъектах, причинах, последствиях, реальных потерях, предпринятых действиях по его урегулированию, прогностические данные о вариантах развития событий и возможных путях разрешения конфликтной ситуации запускают социорегулятивные функции общественного мнения.

Существует множество критериев для построения типологий социальных конфликтов [5, с. 46 – 47]. Если в качестве основания для классификации выбраны особенности сторон (тип вовлеченного субъекта), выделяют следующие конфликты: межличностные, между личностью и группой, внутригрупповые, между малыми и большими социальными общностями, межэтнические и межгосударственные. В зависимости от мотивации конфликтного противоборства существует три блока социальных конфликтов по поводу а) распределения властных полномочий и позиций, б) материальных ресурсов; в) ценностей и установок. Критерий сферы общественных отношений позволяет выделять политические, экономические, идеологические, юридические, социальные и иные конфликты. Перечень критериев и классификаций можно продолжить, однако в современной конфликтологии одной из приоритетных задач является исследование процессов взаимовлияния различных социальных конфликтов, пересечение проблемных полей которых образуют динамичную и обладающую собственной логикой развития структуру конфликтного

взаимодействия, так называемый сложно-составной конфликт [6, с. 89].

В «Практической конфликтологии» М. Мельников конструирует две противопоставленные друг другу модели информационного сопровождения конфликта – позитивную (идеальную) и негативную (реальную) [7, с. 22]. При этом автор связывает позитивную модель информационного сопровождения с итоговой деэскалацией конфликта, подчеркивая тем самым, что в идеале деятельность журналиста по освещению конфликтной ситуации должна привести к снижению напряженности, интенсивности конфликтного противоборства. В основе данной модели лежат следующие принципы: отражение реальных проблем, вызвавших конфликт; реалистичная оценка стадии конфликта; формирование объективного образа субъектов конфликта; представление полной ретроспективы конфликта с использованием альтернативных источников; точное и полное информирование о конфликтных событиях; отражение всех реально существующих инициатив конфликтующих сторон и шагов по урегулированию конфликта; поддержка социальных технологий ослабления конфликта.

Негативная модель информационного сопровождения, в свою очередь, направлена на увеличение градуса напряженности конфликтной ситуации и включает в себя: демонстрацию мнимых проблем конфликта; ложную оценку стадии конфликта; создание ложного образа субъектов конфликта; представление селективной ретроспективы конфликта, отказ от использования альтернативных источников; необъективное информирование о конфликтных событиях; избирательное отражение инициатив, решений и действий оппонентов по урегулированию конфликта; поддержка намерений и шагов, направленных на эскалацию конфликта.

В современной теории и практике конфликтологии, кризисных и рискованных коммуникаций популярен тезис о том, что конфликт в общественных системах должен рассматриваться как феномен дуальной природы, способный выполнять не только деструктивные, но и конструктивные функции. Конструктивные, позитивные последствия конфликта связывают со своевременным разрешением возникших противоречий, что в итоге позволяет системе сохраниться и перейти на новый уровень развития.

Пользуясь этой логикой, отметим, что подобный функциональный дуализм вполне применим и к анализу деятельности средств массовой информации в условиях конфликтной ситуации. Следо-

вательно, эскалация СМИ конфликтной ситуации не должна оцениваться однозначно негативно: зачастую обострение конфликтной ситуации позволяет выявить истинные намерения сторон, явственной обозначить мотивы, интересы и ценности акторов, усилить значимость проблемы, привлечь к ней внимание общественных институтов, способных оказать содействие в разрешении конфликта.

К эскалации конфликта, в частности, приводит использование журналистами конфликтогенов, под которыми понимают действия одной или нескольких сторон социального противоборства, в том числе слова, жесты, оценки, суждения, способные привести к усугублению конфликтной ситуации, к ее трансформации в реальное конфликтное поведение [7, с. 12].

Как нам кажется, описывая создаваемые и распространяемые журналистами конфликтогены, уместно обратиться к семиотической парадигме. Тогда очевидным становится тот факт, что при отражении в средствах массовой информации конкретного события, обладающего конфликтогенным потенциалом, журналист, с одной стороны, может намеренно или непроизвольно манипулировать смыслами (концептами), а с другой, может произвести конфликтоген на уровне знака (имени).

Так или иначе, осуществляя информационное сопровождение социального конфликта, средства массовой информации формируют особый конфликтологический дискурс, обладающий свойством неоднородности. Различны типы конфликтных ситуаций, их масштабы и уровень, объекты, причины и контекст; тип, номенклатура и цели участников; а также редакционная политика, функциональные и аудиторные характеристики конкретных СМИ – соответственно, разнятся коммуникативные практики, используемые журналистами для освещения конфликта.

На основании аудиторного фактора целесообразно выделить обыденный и специализированный конфликтные медиа-дискурсы. При этом характеристики «обыденности» и «специальности» связаны, прежде всего, с типом аудитории, к которой обращены сообщения. Обыденное сознание оперирует ценностно-окрашенными категориями хорошо/плохо. Для специализированного сознания (оно характеризуется, прежде всего, связанностью с профессиональными практиками) интерес представляет иная дихотомия – эффективно/неэффективно. Этим обусловлен выбор различных коммуникативных тактик воздействия примени-

тельно к аудитории, имеющей специальные знания, либо к массовому потребителю медийного продукта. Во втором случае формирование конфликтного дискурса в СМИ нередко сопровождается использованием, так называемых, манипулятивных технологий.

Амбивалентность функционала средств массовой информации вкупе с присущими им возможностями по воздействию на массовое сознание в условиях информационного общества автоматически превращают СМИ в участников конфликтного взаимодействия. Однако совокупность внешних и внутренних факторов предоставляет различные варианты профессиональной деятельности журналиста в ситуации конфликтного противостояния, что позволяет средствам массовой информации играть довольно широкий спектр социальных ролей. Немалый арсенал коммуникативных стратегий, тактик и практик, находящийся в распоряжении СМИ в ряде случаев позволяет им стать главным действующим лицом с правом и возможностью прекратить конфликтное противоборство или усилить его до опасного предела. ▲

#### Список литературы:

1. Ачкасова В.А. Возможности СМИ в области лоббирования: медиа как фактор конфликтности и соглашения // Сб. «Мировые процессы, политические конфликты и безопасность», М.: РОССПЭН, 2007, с. 137-151
2. Гавра Д.П. Общественное мнение как социологическая категория и социальный институт. СПб. ИСЭП 1995, - 235 с.
3. Дарендорф Р. [Элементы теории социального конфликта](#) // Социс (Социологические исследования), 1994, № 5, с. 142-147
4. Козер Л. Функции социального конфликта. М.: Идея пресс, 2000, - 208 с.
5. Козырев Г.И. Политическая конфликтология. М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2008, - 432 с.
6. Никовская Л.И. Политическая конфликтность современного российского общества: особенности и проблемы // Сб. «Мировые процессы, политические конфликты и безопасность», М.: РОССПЭН, 2007, с.87 – 107
7. Прикладная конфликтология. М.: «Права человека», 2006, - 158 с.