

Свобода СМИ как препятствие развитию информационной открытости общества

Аннотация

В статье анализируется понятие информационной открытости государства и его основные компоненты. На основе этого анализа выявлены и обозначены недостающие шаги в действующих программах развития информационной открытости. С опорой на современные исследования в области психологии и менеджмента выявлено основное противоречие, возникающее в процессе развития любого государства в направлении информационной открытости, а именно, свободная работа средств массовой информации проанализирована как препятствие развитию информационной открытости общества.

Введение

Информационная открытость государства у большинства авторов понимается как возможность получения гражданами различного рода государственной информации. Это могут быть сведения о доходах работников государственных органов, государственных закупках, бюджете и т.д. Эта информация может предоставляться по запросу, либо быть опубликованной в СМИ или на государственных интернет-сайтах. Так, например, в России сведения о всех проводимых государством закупках размещаются на официальном Портале закупок. Этот сайт *«обеспечивает публичность и раскрытие информации обо всех стадиях проведения процедур размещения заказов для государственных, муниципальных нужд, нужд бюджетных учреждений и других юридических лиц, для которых законодательно установлена обязанность публикации информации о закупках товаров, работ и услуг»*.

В зарубежной литературе для обозначения информационной открытости используется более краткий термин «прозрачность» (англ.

transparency). Для государства информационная открытость или прозрачность органов власти является в первую очередь инструментом борьбы с коррупцией. Помимо этого, информационная открытость является одним из основных компонентов демократического управления, она способствует формированию активного и грамотного электората [1]. В России примером является некоммерческий проект «РосПил», участники которого анализируют информацию, опубликованную на упомянутом выше официальном портале закупок, и выявляют те закупки, которые могут оказаться коррупционными. Это наглядно показывает, как благодаря публикации информации государством стало возможным активное участие граждан в антикоррупционной деятельности. Таким образом, с увеличением информационной прозрачности государства реализация коррупционных схем становится более затруднительной.

Развитие информационной открытости государств стало заметной международной тенденцией в конце XX века. В различных по своему политическому устройству, культуре и традициям государствах стали приниматься законы, обеспечивающие гражданам доступ к общественно-значимой официальной информации. В 2011 г. появилось международное партнерство «Открытых Государств» («Open Government Partnership» или OGP) как площадка для обмена опытом и продвижения идей информационной открытости в государственном управлении. Сейчас в партнерство OGP входят 55 стран.

Компоненты информационной открытости

Для вступления в партнерство OGP государство должно продемонстрировать готовность к развитию в следующих четырех ключевых областях: прозрачность бюджета; доступ к государственной информации для граждан; раскрытие сведений о доходах и имуществе государственных служащих; участие граждан в разработке политик и управлении, а также

базовая защита гражданских свобод [2]. Первые три пункта соответствуют общепринятому, приведенному в самом начале статьи пониманию информационной открытости государства, которое заключается в публикации органами власти различных сведений. Последний критерий более интересен, но касается участия граждан в управлении. Так, например, в России стало устоявшейся практикой выносить законопроекты на общественное обсуждение. Для обсуждения некоторых законов, таких как закон «Об образовании» были даже разработаны специальные интернет-площадки [3]. Иногда предоставляется возможность обсуждения через социальные сети [4]. Однако в большинстве случаев предложения и комментарии граждан принимаются по электронной почте.

Данный критерий интересен тем, что требует активных действий со стороны не государства, а граждан: для того, чтобы общественное обсуждение работало, необходимо, чтобы граждане сами размещали информацию о своей точке зрения касательно обсуждаемого вопроса в социальной сети, на площадке для общественного обсуждения или отправляли ее в органы власти по электронной почте. Если в первых трех пунктах требования выдвигались к информационной открытости органов власти, то в последнем пункте те же самые требования касаются граждан. Таким образом, информационная открытость государства состоит из двух компонент: информационной открытости органов власти и информационной открытости общества или граждан. То есть информационная открытость подразумевает, что не только граждане могут получать информацию от государства, но и государство - от граждан.

Психология открытости

В современной политической традиции неявно предполагается, что информационная открытость граждан может быть обеспечена за счет невмешательства государства в процесс общественного обсуждения. Это

невмешательство должно гарантироваться признанием на государственном уровне основных гражданских свобод: свободы мнения, убеждений и свободы слова, а также свободы получать и передавать информацию [5]. Предполагается, что граждане изначально стремятся делиться информацией, стремятся к высказыванию собственного мнения, взглядов и идей. Для обеспечения информационной открытости общества в этом случае государству достаточно не препятствовать естественному процессу, то есть не вводить ограничений в виде цензуры [6].

Однако исследования из области психологии и менеджмента показывают, что это предположение не совсем верно. В организациях активный обмен информацией или знаниями (англ. «knowledge sharing») между сотрудниками способствует более высокой экономической эффективности, инновационности [7], удовлетворенности сотрудников работой¹ [8,9]. Вместе с тем, информационному обмену часто препятствует отсутствие достаточной мотивации у сотрудников, а также такие факторы, как боязнь критики [7]. В целом на информационную открытость сотрудников организации оказывают влияние как личностные особенности, так и психологическая обстановка в организации. Одним из основных факторов является доверие сотрудников организации друг другу, которое способствует информационному обмену [7,9,10].

Если опираться на наиболее цитируемые в психологической литературе определения доверия [9]: «доверие - это готовность быть уязвимым для действий другой стороны» (дано Майером и коллегами в 1995 году) и «доверие - это психологическое состояние, включающее в себя готовность принять уязвимость, основанную на положительных ожиданиях о целях или поведении другой стороны» (Руссо и коллеги), то его связь с информационным обменом представляется вполне обоснованной. Сотрудник, который делится информацией или идеями, подвергает себя

¹ Логичным будет предположение о том, что и на макроуровне - в государстве - информационная открытость общества будет способствовать экономическому росту, инновационному развитию, повышению «индекса счастья»

опасности быть раскритикованным коллегами, а также опасности того, что информация может быть использована коллегами в целях, не совпадающих с интересами данного сотрудника². Доверие создает положительные ожидания в поведении коллег, поэтому потенциальная опасность не препятствует информационному обмену. Реформировать психологическую обстановку в организации, сделать ее доверительной и стимулирующей к информационному обмену - это задача по развитию корпоративной культуры [11]. Современные организации делают серьезный акцент на задаче развития эффективной корпоративной культуры.

Развитие информационной открытости в государстве

Помимо психологических факторов немаловажным для информационного обмена как в организации, так и в государстве является наличие удобных средств коммуникации. Современные организации решают эту задачу, например, внедрением корпоративных социальных сетей. На уровне государства это может быть подключение граждан к Интернету, разработка специальных площадок для обсуждения законопроектов, использование социальных сетей в органах власти.

Суммируя сказанное выше, можно заключить, что политика государства по развитию информационной открытости должна включать в себя как законодательные инициативы, так и развитие технологий и социально-культурные реформы. В то время как первым двум факторам традиционно уделяется наибольшее внимание, последний, как правило, игнорируется, хотя является основным: в отсутствие у граждан внутренних стимулов к обмену информацией даже самые развитые технологии останутся невостребованными, а нормативные правовые акты будут исполняться формальным образом.

² Здесь уместно вспомнить знаменитое предупреждение Миранда, широко применяемое полицейскими в США

Исследования информационного поведения людей в организациях, рассмотренные ранее, позволяют предположить, что информационная открытость граждан будет являться функцией уровня доверия в обществе. В России, по результатам социологических опросов, уровень доверия общества достаточно низкий [12]. Так, на вопрос: «Как Вы считаете, большинству людей можно доверять или большинству людей нельзя доверять?» - почти половина респондентов ответила отрицательно, а на вопрос: «Как Вы считаете, большинству людей можно доверять или в отношениях с людьми следует быть осторожными?» положительный ответ дали только 15% - 30% респондентов [13,14]. Некоторые исследователи отмечают низкий уровень межличностного доверия в России по сравнению со странами ЕС [15].

Социально-культурные реформы могут быть направлены на повышения уровня доверия, что в свою очередь приведет к повышению уровня информационной открытости граждан, подобно тому, как формирование успешной корпоративной культуры организации способствует установлению доверия и налаживанию информационного обмена между сотрудниками.

СМИ и доверие граждан

Уровень доверия отдельно взятого гражданина зависит от его личностных особенностей [16], представлений и предрассудков, оказывающий влияние на оценку предполагаемых действий другой стороны [17] а также общего эмоционального фона [18,19]. Так, при изучении особенностей личности было показано, что высокий уровень невротичности (англ. neuroticism) - склонности испытывать негативные эмоции, особенно тревогу - отрицательно коррелирует с доверием [16]. Также некоторые исследования показывают, что негативные эмоции - такие как тревога и гнев - препятствуют установлению доверия [18,19], в то время как позитивные эмоции, напротив, этому могут способствовать [18]. Взаимосвязь доверия с

тревогой не является неожиданной: эмоция тревоги может быть определена как «переживание эмоционального дискомфорта, связанное с ожиданием неблагополучия, предчувствием грозящей опасности» [20]. Согласно определению доверия, приведенному ранее, оно возникает в ситуации «положительных ожиданий о целях или поведении другой стороны», то есть является по своей сути противоположным тревоге. Таким образом, помимо эмоции тревоги, установлению доверия также могут препятствовать негативные ожидания о действиях другой стороны, основанные на накопленных предрассудках и стереотипах.

При этом как предрассудки, так и эмоции конкретного гражданина во многом могут быть сформированы сообщениями, передаваемыми через средства массовой информации. Разные сообщения могут вызывать различные эмоции: такие тематики, как криминал, терроризм, природные катастрофы и чрезвычайные происшествия, скорее всего, будут вызывать эмоции отрицательной валентности. В одном из исследований [21] было показано, что те участники, которые получали для просмотра подборку новостей негативного характера, при заполнении вопросника впоследствии в среднем отмечали более высокий уровень тревоги и сниженное настроение по сравнению с теми субъектами, которые просматривали новости положительного или нейтрального вида. Такие участники были более склонны к катастрофизации личных проблем, что проявляется в том числе как: «чрезмерно пессимистических мыслей в отношении будущего», например «Мне никогда не справиться с этой болью» [22].

Эмоциональная реакция людей на сообщения об актах терроризма в СМИ также была детально исследована [23]. Эксперименты с участием израильских студентов показали, что просмотр телевизионных сообщений о терактах вызывают эмоции тревоги и гнева даже более сильные по сравнению с просмотром криминальных новостей [23,24].

Таким образом, присутствие сообщений негативного характера в СМИ за счет создаваемого эмоционального эффекта может понижать уровень

доверия граждан друг другу - а следовательно, делать общество информационно более закрытым .

Помимо эмоций, СМИ могут оказывать отрицательное влияние на доверие в том числе и за счет создаваемых ими стереотипов. Так, например, криминальные сводки по роду своей деятельности передают представление о людях как объектах, от которых исходит опасность. Статистические исследования показывают, что новости криминала в СМИ представлены в гораздо большей пропорции, нежели сообщения о людях нейтрального или позитивного характера [25,26,27], и в большинстве своем это информация о тяжких преступлениях, а легкие правонарушения практически не привлекают внимания [28]. При этом заданные пропорции негатива в СМИ во много раз превышают те, что соответствовали бы реальной действительности. Со временем доля криминальных новостей среди всех остальных возрастает - эта тенденция заметна в большинстве западных государств, и, скорее всего, этот тренд является глобальным [29].

В результате такой информационной работы в общества может формироваться представление о согражданах как о чрезмерно опасных субъектах, что делает невозможным установление доверия [27]; однако эта картина мира будет неправильной.

Описанное выше есть ни что иное, как гипотеза культивирования, которая заключается в том, что «экстенсивное, многократное воздействие СМИ (в первую очередь телевидения) на протяжении продолжительного времени постепенно меняет наше представление о мире и социальной реальности» [30]. Впервые гипотеза культивирования была привнесена в научный дискурс Джонатаном Гербнером в 1976 г. Основываясь на данных соцопроса телезрителей, Гербнер предположил, что наиболее вовлеченные зрители со временем приобретают т.н. «синдром плохого мира» - представление об окружающем мире как об «опасном и подлом месте». Если сопоставить с этим ранее рассмотренные определения, то станет видно, что в последнем предложении фактически говорится о необоснованной утрате

доверия к миру. Действительно, анкета Гербера включала в себя такие вопросы, как «Можно ли доверять большинству людей?» [31]

Гипотеза культивирования получила как подтверждение, так и критику. Так, например, телефонное интервью 480 респондентов из города Вашингтон, проведенное в 2001 году, показало, что СМИ играют значительную роль в формировании страха преступности, причем наибольший эффект имело локальное телевидение [26]. Анализ данных национального финского опроса 2003 года (количество респондентов - 8163) показал, что уровень страха и тревоги, вызванных опасениями стать жертвой преступления, положительно коррелирует с количеством источников криминальных новостей, а также с чтением таблоидов [29]. С другой стороны, причинно-следственная связь может быть и обратной: беспокойство за свою безопасность делает человека заинтересованным в информации подобного рода. Критики гипотезы культивирования утверждают, что найденные статистические эффекты могут быть объяснены за счет других социально-демографических и личностных переменных [30,31].

Открытость и свобода СМИ

Если гипотеза культивирования верна, то работа современных средств массовой информации приводит к тому, что общество становится информационно закрытым, обмен информацией в таком обществе замораживается. Виной этому является наводнение СМИ большим количеством негативной информации. В чем заключается причина массивной публикации сведений отрицательной валентности? Многие авторы видят причиной рыночную модель функционирования СМИ [29]. В условиях конкуренции СМИ вынуждены публиковать информацию, которая является наиболее интересной и заметной для публики [28,26]. В таких условиях конкурентное преимущество получают информационные стимулы негативного характера - исследования показывают, что отклик нервной

системы на них является автоматическим [25]. Некоторые исследователи выдвинули вполне логичную гипотезу о том, что далеким предкам человека это могло помогать в процессе выживания [25].

Здесь появляется противоречие еще более интересное, чем отмеченное выше: с одной стороны, рыночная (либеральная) модель функционирования прессы со слабым регулированием со стороны государства должна обеспечивать свободу информационного обмена в обществе. С другой стороны, как мы только что показали, такая модель, развиваясь, может, напротив, препятствовать свободному обмену информацией. Разрешить это противоречие на теоретическом уровне можно, проводя различие между позитивной (свобода от внутренних барьеров, информационная открытость) и негативной (свобода от внешних ограничений, свобода слова и масс медиа) информационными свободами³ [32]. Интересным является обозначенный конфликт между этими свободами, способов разрешения которого современные правовые системы не предоставляют.

Заключение

Таким образом, задача развития государства в сторону большей информационной открытости, возможно, предполагает пересмотр базовых концепций свободы слова, прессы и методов их государственного регулирования.

³ Первым это противоречие обозначил Шарль Монтескье в сочинении «О духе законов» (??? Год) следующим наблюдением: «сатирические сочинения совсем неизвестны в государствах деспотических, где вследствие подавленности, с одной стороны, и невежества - с другой, ни у кого нет ни желанья, ни способности заниматься ими» следовательно, и цензура в подлинно деспотическом государстве не требуется

Литература

1. Косарецкий С. Н. Информационная открытость сайтов законодательных органов субъектов РФ, Среднерусский вестник общественных наук. 2010. № 2. С. 57-61.
2. OGP Minimum Eligibility Criteria, Open Government Partnership, 2011
3. Система общественного обсуждения законопроектов ВЕЧЕ, ГосДума РФ, <http://veche.duma.gov.ru>
4. Министерство Образования и Науки в социальной сети ВКонтакте, <http://vk.com/minobr>
5. Всеобщая декларация прав человека Генеральной Ассамблеи ООН от 10 декабря 1948 года
http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml
6. Arlene W. Saxonhouse, Free Speech and Democracy in Ancient Athens, 2005
7. Renzl, B. Trust in management and knowledge sharing: The mediating effects of fear and knowledge documentation. Omega, 2008, 36(2), 206–220
8. Pettit, J., Goris, J., & Vaught, B. An examination of organizational communication as a moderator of the relationship between job performance and job satisfaction. Journal of Business Communication, 1997, 34(1), 81–9
9. Wulandari, M., & Burgess, J. The linkage between trust, communication openness in the workplace, and employees' job satisfaction: An Indonesian case study. Employment Relations Record, 2011, 11(2), 56–74.
10. Chowdhury, S. The role of affect-and cognition-based trust in complex knowledge sharing. Journal of Managerial issues, 2005, 17(3), 310–326.
11. Adel Ismail Al-Alawi et al, Organizational culture and knowledge sharing: critical success factors, Journal of Knowledge Management, v. 11 n. 2 2007, pp. 22-42, <http://210.48.147.73/silibus/orgCultre3.pdf>
12. Мукомель В. И. Интеграция мигрантов: вызовы, политика, социальные практики / Этническая идентификация: нерусские среди русских, русские за рубежом. Мир России, 2011

13. Межличностное и институциональное доверие, ФОМ, 03.07.2008,
<http://bd.fom.ru/report/map/projects/dominant/dom0826/d082621>
14. Стоит ли доверять людям? Левада-Центр, 19.05.2010,
<http://www.levada.ru/press/2010051901.html>
15. Яковлева Е. Философский акцент. Россияне чаще думают о смысле жизни, чем европейцы. Российская газета, 13 октября 2005,
<http://www.rg.ru/2005/10/13/smysl.html>
16. Evans, A. M., & Revelle, W. Survey and behavioral measurements of interpersonal trust. *Journal of Research in Personality*, 2008, 42(6), 1585–1593.
17. Lewicki, R. J., Tomlinson, E. C., & Gillespie, N. Models of Interpersonal Trust Development: Theoretical Approaches, Empirical Evidence, and Future Directions. *Journal of Management*, 2006, 32(6), 991–1022.
18. Dunn, J. R., & Schweitzer, M. E. Feeling and believing: the influence of emotion on trust. *Journal of personality and social psychology*, 2005, 88(5), 736–48.
19. Myers, D., & Tingley, D. The influence of emotion on trust, 2011
20. Официальный сайт журнала Психология. Глоссарий
<http://www.psychologies.ru/glossary/dict/28/>
21. Johnston W. M., Davey G. C. L. The psychological impact of negative TV news bulletins: The catastrophizing of personal worries. *British Journal of Psychology*, v. 88, 1, p. 85–91, February 1997, [dx.doi.org/10.1111/j.2044-8295.1997.tb02622.x](https://doi.org/10.1111/j.2044-8295.1997.tb02622.x)
22. Корсини Р., Ауэрбах А. Психологическая энциклопедия, СПб.: Питер, 2006 http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_psychology/89/%D0%91%D0%BE%D0%BB%D1%8C
23. Shoshania A., Slonea M. The Drama of Media Coverage of Terrorism: Emotional and Attitudinal Impact on the Audience, *Studies in Conflict & Terrorism*, v.31, 7, 2008 [dx.doi.org/10.1080/10576100802144064](https://doi.org/10.1080/10576100802144064)
24. Shoshania A., Slonea M. Evaluation of preparatory measures for coping with anxiety raised by media coverage of terrorism, *Journal of Counseling*

Psychology, v.53(4), Oct 2006, 535-542 dx.doi.org/10.1037/0022-0167.53.4.535

25. Grabe, M. E., Kamhawi, R. Hard Wired for Negative News? Gender Differences in Processing Broadcast News Communication Research October 2006 vol. 33 no. 5 346-369 [10.1177/0093650206291479](http://dx.doi.org/10.1177/0093650206291479)
26. Weitzera R., Kubrina C. Breaking news: How local TV news and real-world conditions affect fear of crime Justice, Quarterly v.21, 3, 2004 <http://dx.doi.org/10.1080/07418820400095881>
27. Weaverab J, Wakshlagc J, Perceived vulnerability to crime, criminal victimization experience, and television viewing, Journal of Broadcasting & Electronic Media, v. 30, 2, 1986 <http://dx.doi.org/10.1080/08838158609386616>
28. Chermaka S. M. Body count news: How crime is presented in the news media, Justice Quarterly v. 11, 4, 1994 <http://dx.doi.org/10.1080/07418829400092431>
29. Smoleja M., Kivivuoria J. The Relation Between Crime News and Fear of Violence, Journal of Scandinavian Studies in Criminology and Crime Prevention v. 7, 2, 2006 <http://dx.doi.org/10.1080/14043850601002429>
30. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. М.: "ОЛМА-ПРЕСС" 2002 <http://evartist.narod.ru/text5/04.htm>
31. Heath L., Petraitis J. Television Viewing and Fear of Crime: Where Is the Mean World? Basic and Applied Social Psychology v. 8, 1-2, 1987 <http://dx.doi.org/10.1080/01973533.1987.9645879>
32. Берлин И. Две концепции свободы Современный либерализм. М., 1998. С. 19-43. <http://kant.narod.ru/berlin.htm>