



УДК 316.4

## Влияние средств массовой коммуникации на отношение к социальной реальности

Р. А. Захаркин

*Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток*

**Аннотация.** Поднимается вопрос о влиянии средств массовой коммуникации на отношение членов социума к окружающей их социальной реальности. В первую очередь рассматривается сам феномен социальной реальности. Изучаются различные подходы к ее определению, и прежде всего подход А. Шюца, одного из основных представителей феноменологической школы, которая первая ввела понятие «социальная реальность», предлагается свое определение социальной реальности. Автор приходит к выводу, что главная особенность восприятия социальной реальности – субъективность оценки данного феномена членами социума. Рассматривается ситуация, произошедшая на Украине, когда изменение восприятия социальной реальности большинством населения стало одной из основ для драматических изменений в этой стране. Делается вывод о том, что средства массовой коммуникации – один из основополагающих факторов, влияющих на формирование отношения к существующей социальной реальности вследствие того, что СМК относится к числу основных источников информации для людей об окружающем мире. Автор делает предположение, что одна из основ удержания стабильности в обществе – это объективное освещение средствами массовой коммуникации событий, происходящих в социуме.

**Ключевые слова:** социальная реальность, феноменология, средства массовой коммуникации, А. Шюц.

Прежде чем приступить к исследованию влияния средств массовой коммуникации на отношение к социальной реальности, необходимо определиться с тем, что собой представляет феномен социальной реальности. Социологический словарь утверждает, что на данный момент «в социальной философии и социологии понятие “социальной реальности” еще не получило четкой эконпликации и употребляется в основном как синоним понятий “общественная жизнь”, “общество”, “социально-историческое бытие”, “общественный процесс” и др.» [6]. Подходов к определению социальной реальности достаточно много, и можно говорить, что в большинстве социологических теорий феномен социальной реальности в том или ином контексте упоминается. «В настоящий момент социальную реальность описывают натуралистическая, деятельностьная, идеалистическая и феноменологическая теоретические модели» [5]. Но «впервые в социологии понятие “социальная реальность” стало применяться в понятийном аппарате феноменологической социологии» [6]. Следовательно, все остальные исследователи при изучении социальной реальности в той или мере отталкивались именно от идей представителей фено-

менологической школы. Альфред Шюц понимает социальную реальность как «тотальную сумму объектов и событий в социокультурном мире в том виде, как они воспринимаются в опыте обыденного мышления людей, живущих повседневной жизнью среди других людей, связанных с ними множеством отношений и взаимодействий. Это мир культурных объектов и социальных институтов, в котором мы родились, несем свою ношу и с которым должны поладить» [7, с. 55]. Социальная реальность, следовательно, – это повседневный мир, переживаемый и интерпретируемый действующими в нем людьми.

Если брать подходы современных российских исследователей, то они во многом созвучны с идеями феноменологической социологии. Например, Г. В. Осипов в своей статье «Новая социальная реальность как объект социального конструирования» дает представление о социальной реальности как об «объективированном результате субъективной деятельности людей. Социальная реальность возникает как результат взаимодействия различных социальных сил, преследующих собственные интересы, и представляет собой непредвиденные последствия их преднамеренных действий» [3].

Ю. И. Прохоренко считает, что следует «рассматривать социальную реальность в целом как надындивидуальный субъект “структурного” типа, выступающий инструментальной основой деятельности конечных индивидуальных субъектов, и признать за ней качество субъектности как способности (готовности) дать адекватный ответ на внешние воздействия и внутренние процессы, угрожающие ее целостности» [5].

В. Пернацкий в своей работе «Феномен социальной реальности» утверждает, что «границы социальной реальности определяются тем, что это прежде всего *общество и люди*, его составляющие. К этой реальности относят еще систему (совокупность) отношений, образующих общество из суммы составляющих его людей» [4].

Приведенный выше перечень подходов к определению социальной реальности далеко не исчерпан, и мы не можем отразить их все, чтобы не уходить далеко от основной темы исследования, но можно констатировать, что практически у каждого исследователя есть свое представление о социальной реальности. Единственное, что объединяет приведенные выше подходы к определению социальной реальности, а также не указанные нами определения, – это константа взаимосвязи *человек (личность, индивид) – его взаимоотношения с обществом*. На основе этого вывода сделаем попытку сформулировать свое представление о социальной реальности. Социальная реальность – это объекты в социальном окружении человека, с которыми он непосредственно или опосредованно взаимодействует или воспринимает. То есть вся реальность, воспринимаемая человеком в процессе его взаимодействия с обществом, и может называться социальной реальностью.

Если развить эту мысль дальше, то можно утверждать, что сама по себе социальная реальность – это явление объективное, которое существует, как любое другое явление реального мира. Противоречивость этого феномена основывается как раз на том, что воспринимается социальная реальность человеком – существом глубоко субъективным. Таким образом, социальная реаль-

ность воспринимается каждым человеком по-своему, в зависимости от огромного количества факторов, влияющих на него. То есть, строго говоря, социальная реальность имеет объективную природу, но так как по большому счету ее восприятие существует в сознании людей, то теряет свойство объективности и становится крайне субъективным феноменом. Социальная реальность – «это субъект – объектная реальность, на которую все более значительное влияние оказывает субъективный фактор – человеческое сознание и три вида его активности (память, когнитивная активность и моделирующие воображение)...» [1].

Тут можно привести пример, не совсем относящийся к социальной реальности, но тем не менее достаточно точно передающий этот переход от объективного к субъективному. Если разным людям показать, например, достаточно старый стол, то для одних он будет просто вещью, которую необходимо выбросить, для вторых – основой для создания чего-то винтажного, для третьих – возможным антиквариатом и т. д. То есть сам стол – величина постоянная, имеющая определенные характеристики, но для людей, его воспринимающих, в каждом отдельном случае это свой собственный объект. Здесь уместна интересная идея П. В. Мусиец относительно основ субъективного восприятия социальной реальности: «Социальная реальность не может рассматриваться вне участия социального субъекта, она всегда “проживается изнутри”, интерпретируется, осмысливается, оценивается, является объектом активной преобразовательной деятельности и т. д. Если реальность как таковая является одним из способов бытия наряду с бытием идеальным, то социальная реальность фактически сочетает в себе материальное (объективное) и идеальное (субъективное), поскольку включает в себя и конструкты материального характера, и феномены внутреннего мира человека» [2].

Почему так важно понимание субъективности восприятия социальной реальности? Потому что в рамках функционирования общества мало создать такую социальную реальность, которая была бы благоприятной для людей, необходимо, чтобы люди воспринимали ее таковой, и тогда такое общество будет отличаться достаточно высоким уровнем устойчивости. То есть мера стабильности общества во многом зависит и от того, как это общество воспринимают его члены. В качестве примера можно привести ситуацию, произошедшую на Украине. До событий, предшествующих потрясениям и смене власти на Украине, социальная реальность воспринималась большинством граждан этой страны достаточно лояльно, но в какой-то момент эта ситуация изменилась, и часть общества начала активно требовать перемен в социальной структуре. Понятно, что социальная реальность не изменилась, она осталась практически такой же, резко поменялось отношение индивидов к ней.

Это хороший пример, показывающий, что социальная реальность объективна, обладает определенной структурой и набором характеристик, но отношение к ней индивидов субъективно, и то, что вчера казалось хорошим и приемлемым, завтра окажется плохим и табуированным. Этот фактор довольно часто забывается в процессе существования общества, и многие социальные системы закончили свое существование досрочно, не исчерпав все возможности своей эволюции. Если не брать в пример уже упоминавшуюся Украину,

то, наверно, жертвой подобных процессов стала и Российская империя, разрушение которой, по большому счету, началось с мощных, негативных информационных процессов, дискредитировавших социальную реальность того времени.

Что может оказывать влияние на восприятие социальной реальности? Наверно, таких факторов достаточно много, но хотелось бы выделить один из основных, как нам кажется, – средства массовой коммуникации (далее также СМК или медиа). Если и дальше в качестве примера использовать ситуацию, произошедшую на Украине, то можно отметить решающую роль СМК в переходе членов общества от лояльности к неприятию существующей на тот момент социальной реальности. Медиа в предмайданный период начали активно демонизировать в сознании людей существующую социальную реальность, для большинства членов общества она стала неприемлемой, и поэтом и они, даже если и не открыто, поддержали Майдан и, как следствие, кардинальные изменения в государстве.

Почему средства массовой коммуникации являются таким мощным фактором воздействия на восприятие социальной реальности? На наш взгляд, это происходит вследствие того, что социальная реальность, воспринимаемая человеком (без использования СМК), ограничена его социальным окружением и действительностью вокруг него. Расширить эти границы человек может только с помощью средств массовой коммуникации. СМК – это окно в мир для большинства индивидов, возможность посмотреть со стороны на феномены, которые он не может охватить в силу ограниченности возможностей. И в этом случае человеку приходится верить СМК а priori, иначе необходимо просто отказываться от информации, потому что, как уже указывалось, проверить ее достоверность он не имеет возможности. При этом надо понимать, что СМК только декларируют беспристрастность и объективность, но так как они принадлежат людям, руководятся людьми и наполняются контентом тоже людьми, то на выходе получается довольно субъективный продукт, который потом и доносится до аудитории.

Таким образом, на субъективное восприятие индивидом социальной реальности накладывается и субъективизм массовой информации, что, несомненно, не помогает объективному восприятию этой реальности. Поэтому, отталкиваясь от опыта той же самой Украины, можно сказать, что высокая степень объективности восприятия населением социальной реальности является одним из залогов стабильности общества. Необходимо показывать не только проблемы, ошибки, болезни социума, но и достижения, прорывы, положительные изменения, которые в нем происходят. Попытки с помощью СМК идеализировать социальную реальность могут привести к диссонансу восприятия у индивида, когда реальная действительность не будет совпадать с декларируемой массмедиа. Подобная ситуация произошла во времена Советского Союза и, как нам кажется, стала одной из причин его разрушения. Если же показывать только негативный контент, то это приведет к неоправданно пессимистичной оценке социальной реальности, что неизбежно станет основой для усиления центробежных тенденций в обществе.

Сегодня, когда российское общество переживает довольно сложный этап своего существования, жизненно необходимо, чтобы граждане нашей страны имели возможность взвешенно и трезво оценивать современную им социальную реальность со всеми ее недостатками и достижениями. Именно в этом залог устойчивости и дальнейшего развития российского социума. Объективность восприятия социальной реальности – это тот базис, на основе которого должна формироваться точка опоры для россиян в кризисное время. Особую роль в формировании такого объективного подхода должны играть средства массовой коммуникации как один из основных факторов формирования представления о социальной реальности и соответствующего отношения к ней.

#### Список литературы

1. Жульков М. В. Социальная реальность в энергоинформационном мире / М. В. Жульков // Ист., филос., полит. и юрид. науки, культурология и искусствоведение. Вопр. теории и практики. – 2013. – № 12(38). – С. 70–75.
2. Мусиец П. В. «Социальная реальность» в системе релевантных понятий / П. В. Мусиец // Вестн. ВЭГУ. – 2013. – № 1 (63). – С. 125–129.
3. Осипов Г. В. Новая социальная реальность как объект социального конструирования / Г. В. Осипов, С. Г. Кареева, С. В. Климовицкий // Соц.-гуманит. знания. – 2014. – № 6. – С. 246–258.
4. Пернацкий В. Феномен социальной реальности / В. Пернацкий // Свободная мысль. – 2015. – № 3(165). – С. 164–177.
5. Прохоренко Ю. И. Социальная реальность в фокусе теоретических, методологических и практических проблем / Ю. И. Прохоренко // Соц. и гуманит. науки на Дальнем Востоке. – 2004. – № 2 (2). – С. 24–32.
6. Социологический словарь [Электронный ресурс] // Энциклопедии&Словари : сайт. – URL: <http://enc-dic.com/sociology/Socialnaja-Realnost-8673> (дата обращения: 25.05.2016).
7. Шюц А. Избранное: мир, светящийся смыслом / А. Шюц. – М. : Рос. полит. энцикл. (РОССПЭН), 2004. – 1056 с.

## Communication Media Influence on the View of Social Reality

R. A. Zakharkin

*Far Eastern Federal University, Vladivostok*

**Abstract.** Communication media influence on the ways members of a society view social reality around them is discussed. The phenomenon of social reality is considered. Various approaches to defining this term are studied, particularly A. Schut's approach, who is a leading representative of the phenomenological research, which was the first to introduce the concept of «social reality». The author presents his definition of social reality as well. The author comes to a conclusion, that the main feature of society members' perception of social reality is their subjective estimation of this phenomenon. The situation that occurred in Ukraine when the change of social reality perception by the majority of the population became one of bases for dramatic events in this country is considered. The author comes to a conclusion that communication media are one of the basic factors shaping people's attitude to existing social reality due to the fact that communication media are one of the basic

sources of the information about the world around them. The author assumes that one of bases of stability maintenance in a society is unbiased interpretation of the events taking place in a society by communication media.

**Keywords:** social reality, phenomenology, communication media, Schutz A.

***Захаркин Роман Александрович***

*кандидат социологических наук,  
доцент, кафедра рекламы и связей  
с общественностью*

*Дальневосточный федеральный  
университет*

*690950, г. Владивосток, ул. Суханова, 8*

*тел.: 8(908)4486398*

*e-mail: rom\_zah@mail.ru*

***Zakharkin Roman Alexandrovich***

*Candidate of Sciences (Sociology),  
Associate Professor, Department  
of Advertising and Public Relations*

*Far Eastern Federal University*

*8, Suhanov st., Vladivostok, 690950*

*tel.: 8(908)4486398*

*e-mail: rom\_zah@mail.ru*