

Публичный диалог на российском телевидении: репрезентация общественного запроса в повестке дня

Научный руководитель – Воинова Екатерина Андреевна

Васильева Виктория Андреевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра периодической печати, Москва, Россия

E-mail: vasileva.vkt@gmail.com

Публичный диалог имеет особую значимость как инструмент рационального взаимодействия субъектов коммуникации в публичном пространстве и способ решения общественных противоречий. [1] [6] Средства массовой информации в качестве участника диалога призваны обеспечить аналитическое вхождение в повестку дня общественно значимых тем и проблем, а в качестве модератора дискуссии - представить точки зрения всех субъектов коммуникации. Однако российские телеканалы - пока еще основные источники информации для большинства населения - не создают условия для достижения дискурсивного согласия по общезначимым вопросам, несмотря на наличие формальных признаков общественной коммуникации.

Немецкий философ и социолог Ю. Хабермас считает, что общественный диалог возможен при соблюдении определенной системы правил: когда все субъекты коммуникации могут открыто и публично принять участие в дискуссии, обладают равными правами, имеют рациональный мотив и аргументированную позицию. [6] В идеальной коммуникативной ситуации, когда диалог ведется на основе взаимоуважения и свободы мнений, дискурс наиболее полно отражает общественный запрос и способствует достижению взаимопонимания и дискурсивного согласия. Поэтому концептуальной основой исследования, определяющего качество общественного диалога на российских телеканалах, является наличие в медийном пространстве общественно значимой темы и проблемы, различных точек зрения, аргументированных позиций и правильно выстроенных причинно-следственных связей.

Особое влияние на структуру информационного пространства, а значит и качество публичного диалога в стране, оказывают рамки политического режима и степень вмешательства государства в деятельность средств массовой информации. [2] [4] В России в условиях государственного контроля за информационной повесткой и ограничения доступа к медиаресурсам с альтернативной информацией основным источником новостей и аналитических материалов для 65% граждан становится федеральное, общедоступное телевидение. [3] В формировании информационной картины мира для россиян лидируют четыре федеральных телеканала: Первый канал (76%), «Россия-1» (51%), НТВ (43%) и «Россия-24» (36%) - а наиболее популярными программами являются общественно-политические ток-шоу, которые почти половина россиян (46%) характеризует как «аналитические и серьезные» и «представляющие разные точки зрения». В целом общественно-политические программы федеральных телеканалов совмещают в себе функции информирования и развлечения: 21% респондентов считают, что эти передачи «непредсказуемые» и «захватывающие». [3]

Для определения, насколько общественные запросы отображаются в повестке дня и происходит ли публичная коммуникация, было проведено контент-аналитическое исследование общественно-политических ток-шоу и информационно-аналитических передач на российских телеканалах (Первый канал, «Россия-1», «Дождь») в период последней президентской предвыборной кампании. Всего в выборку попали 106 выпусков, в которых

освещались темы и проблемы, которые опросы общественного мнения «Левада-центра» и ВЦИОМ определили как актуальные для большинства россиян: экономика, социальная политика, здравоохранение, образование, коррупция.

Несмотря на наличие запроса на публичную дискуссию со стороны общества, общезначимые темы не являются приоритетными в информационной повестке ни на телеканале «Россия 1» и Первом канале, ни на «Дожде»: федеральные СМИ отдают приоритет внешнеполитической, международной тематике, в то время как «Дождь» фокусируется на теме российской политики и действиях власти, а объем внимания к значимым темам на всех телеканалах в основном не превышает 25% от эфира. Кроме того, федеральные телеканалы только фиксируют наличие проблем, но не признают их существующими на данный момент.

Наличие большого количества различных субъектов коммуникации на федеральных телеканалах не позволяет признать публичный диалог состоявшимся, потому что в половине материалов субъекты выражают одинаковые точки зрения на проблему, а в остальной половине материалов с различными позициями представляются разные аспекты проблем, а не альтернативные точки зрения. Кроме того, большая часть спикеров выражают свое мнение вне зависимости от темы дискуссии, что позволяет усомниться в их экспертизе. Это подтверждает тот факт, что при большом количестве спикеров в 62% материалов проблемы только фиксируются, а не предлагаются их решения.

Рациональная аргументация, при которой становится возможна публичная коммуникация, ведется только на телеканале «Дождь»: суждения субъектов коммуникации основаны на статистических данных, анализе причин, научных концепциях. Эмоциональный характер аргументации на телеканале «Россия 1» и Первом канале не позволяет установить причинно-следственные связи озвученных проблем.

В ситуации, когда телевидение является основным источником информации о событии, сформированная им реальность является единственно верной для многих россиян. Российские федеральные телеканалы фактически задают обществу значимость определенных тем и проблем, которые не всегда соответствуют реальным общественным проблемам, а публичный диалог либо отсутствует, либо носит формальный характер, являясь симуляцией публичной коммуникации.

Источники и литература

- 1) Бурдые П. Социология политики. М.: Socio-Logos, 1993
- 2) Волков Д, Гончаров С. Демократия в России: установки населения /сводный аналитический отчет. – М: Левада-центр, 2015.
- 3) Волков Д. Гончаров С. Российский медиаландшафт: основные тенденции использования СМИ.// Вестник общественного мнения: Данные. Анализ. Дискуссии. – январь-июнь 2017 – №1-2 (124)
- 4) Дубин Б.В. Посторонние: власть, масса и массмедиа в сегодняшней России // Отечественные записки. – 2005, №6
- 5) СМИ и политика. Под ред. Л.Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2007
- 6) Хабермас Ю. Вовлечение другого. Очерки политической теории. – СПб.: Наука, 2001.