

Отражение проблематики гражданского общества в средствах массовой информации в свете теории установления повестки дня

Рожнова Елена Анатольевна

Аспирант

Институт социологии РАН, -, Москва, Россия

E-mail: lena_rozhnova.ru@mail.ru

Влияние гражданского общества на все сферы общественной жизни в значительной степени зависит от количества и качества информационного ресурса, которым располагают и пользуются структуры гражданского общества для донесения своих интересов, ожиданий и идей до власти, бизнеса и населения, а также от позиционирования в средствах массовой информации. Образ гражданского общества в СМИ складывается из двух составляющих – количественной (частота упоминания, место в общем информационном потоке) и качественной (тематика и тональность сообщений, контекст, системность формируемой картины).

При подготовке ежегодного Доклада Общественной палаты РФ «О состоянии гражданского общества в Российской Федерации» в 2008 г. впервые в России было проведено исследование позиционирования динамики гражданской активности в СМИ за 2006-2008 гг. [4]. В 2009 г. изучение динамики отражения проблем развития гражданского общества было продолжено [5]. Представляется перспективным проанализировать складывающуюся в СМИ ситуацию с освещением проблематики гражданского общества в свете теории установления повестки дня [3].

Основателями этого направления коммуникативистских исследований стали М.Маккомбс и Д.Шоу [2]. В начале 70-х гг. они пытались доказать, что существует корреляция между проблемами, которые чаще всего упоминались в СМИ в ходе президентской кампании 1968 г., и волновавшими сильнее всего самих избирателей. Маккомбс и Шоу ввели в оборот такие новые понятия, как «повестка дня» и «установление повестки дня». Ими была обнаружена сильная позитивная корреляция между медиа-повесткой и «публичной повесткой дня» (система приоритетов аудитории) в отношении проблем, находящихся за пределами непосредственного опыта людей (т.н. «ненавязчивых»), и в основном негативная корреляция в отношении «навязчивых» проблем, т.е. считающихся важными, даже если они не освещаются СМИ. Внутри публичной повестки дня также были выявлены личная, межличностная и предполагаемая общественная повестки дня, причем, по мнению Маккомбса и его коллег, для формирования личной повестки дня ключевую роль играет межличностная повестка. Так, публикация сообщений о различных благотворительных и добровольческих акциях, гражданских инициативах способствует преодолению среди населения социальной пассивности, повышению доверия друг к другу и стремлению повторить положительный опыт.

Переход от сопоставления публичной и медиа-повесток к сопоставлению их с индикаторами реальности (К.Эйдер, Дж.Диринг, Э.Роджер) привел к пониманию того, что СМИ скорее конструируют собственную социальную реальность, а не отражают реальное положение дел.

Исследователи феноменологического направления (Д.Олтейд, П.Сноу, Дж.Такмен, Х.Молотч и др.) рассматривали СМИ как социальный институт, обладающий собствен-

ными организационными нормами и оперативными правилами. Д.Олтейд и П.Сноу ввели термин «формат», т.е. медиа-событием могут стать тема или происшествие, соответствующие определенным журналистским требованиям. Наибольшее внимание СМИ традиционно привлекают скандальные и конфликтные события. В 2010 г. широко освещались такие резонансные акции, как протесты против строительства дороги через Химкинский лес и против насилия над детьми в Боголюбовском монастыре и др. [6]. В целом, гражданское общество дает мало эмоционально окрашенных новостных поводов, которые могут заинтересовать коммерческие СМИ, пропагандирующие потребительский образ жизни, и их аудиторию, в систему информационных потребностей которой плохо вписывается проблематика гражданского общества,

Сторонники конструкторского подхода М.Спектор и Дж.Китсьюз проявили интерес к анализу механизмов попадания социальных проблем в публичную повестку дня (выдвижение индивидами или группами утверждений требовательного характера путем выражения общественного мнения, обращений с жалобами и письмами протеста, распространения «проблематизирующих» сообщений посредством массовой коммуникации, организации забастовок). Наиболее часто в различных сегментах СМИ упоминаются такие институты гражданского общества, как профсоюзы, правозащитные и политические организации, что связано с выражением ими наиболее важных общественных интересов. С.Хилгартнер и Ч.Боск разработали концепцию публичных арен [1] для изучения конкуренции между социальными проблемами, стремящимися попасть в публичную повестку дня, за обладание такими ограниченными ресурсами, как общественное внимание, пропускная способность СМИ и других арен публичного дискурса. Принципами отбора, по их мнению, являются интенсивная конкуренция за основное пространство, потребность в драматичности и новизне, опасность насыщения, ритм организационной жизни, культурные акценты и политические пристрастия.

Сравнительный анализ структуры информационного поля федеральных, региональных и интернет-СМИ демонстрирует различия в количестве публикаций, освещающих разнообразные направления общественной деятельности (правозащита, политика, религия, профсоюзы, природоохрана, здравоохранение, социальная защита и др.). Упомянутость зависит от позиции и заинтересованности СМИ в освещении данной проблематики, а изменение показателей упоминаемости объясняется наличием информационных поводов (экономический кризис, избирательные кампании, проведение Года молодежи, Года равных возможностей и т.д.) или их отсутствием.

Таким образом, информационное поле, формируемое СМИ при освещении проблематики гражданского общества, можно охарактеризовать как достаточно насыщенное и разнообразное, однако СМИ следует проводить более продуманную информационную политику, которая будет отражать весь спектр общественных интересов и способствовать формированию активной гражданской позиции.

Литература

1. Боск Ч.Л., Хилгартнер С. Рост и упадок социальных проблем: концепция публичных арен // Социальная реальность. Журнал социологических наблюдений и сообщений. 2008. №2. С. 73-94.
2. Дьякова Е.Г. Массовая коммуникация и власть. Екатеринбург, 2002.

3. Дьякова Е.Г. Массовая политическая коммуникация в теории установления повестки дня: от эффекта к процессу // ПОЛИС. 2003. №3. С.109-119.
4. Доклад о состоянии гражданского общества в Российской Федерации. М., 2008. Сайт Общественной палаты РФ: <http://www.oprf.ru/documents/1151/1154/>
5. Доклад о состоянии гражданского общества в Российской Федерации. М., 2009. Сайт Общественной палаты РФ: <http://www.oprf.ru/documents/1151/1256/>
6. Доклад о состоянии гражданского общества в Российской Федерации. М., 2010. Сайт Общественной палаты РФ: <http://www.oprf.ru/documents/1151/1337/>