

Общественный диалог в российских СМИ: условия и возможности

Научный руководитель – Воинова Екатерина Андреевна

Васильева Виктория Андреевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

E-mail: vasileva.vkt@gmail.com

Общественный диалог как процесс коммуникации между властью и обществом, занимает особое место в политической сфере, являясь одной из характеристик демократического государства. Ряд теоретиков «делиберативной демократии» (Ю. Хабермас, Дж. М. Бессет) считают, что легитимность политических решений может возникнуть только после их публичного обсуждения. [5] [4] Однако фактически закрепленные в России рамки политического режима, закрытие публичного пространства, откат к «управляемой демократии», которая характеризуется формальным участием общества в управлении государством и минимальным влиянием граждан на власть, не способствуют организации общественной дискуссии. Более того, в массовом сознании закреплен тезис о невозможности влияния на принятие решений и политику. [2]

Теоретически для успешного осуществления публичной дискуссии участники коммуникации должны обладать равными возможностями свободно и открыто говорить на любые темы, а следовательно, равным доступом к СМИ как к одному из институтов публичного взаимодействия. [1]

Именно СМИ являются площадкой общественного диалога, который начинается с вхождения темы общественного звучания в повестку дня. В условиях "управляемой демократии" СМИ, контролируемые напрямую и косвенно властью, используются ей в качестве основного инструмента для формирования повестки дня. Ограничивая доступ к наиболее полной и объективной информации, предоставляемой альтернативными медиаресурсами, власть устанавливает контроль над медиасредой. В такой ситуации СМИ как институту публичной политики трудно обеспечить широкую общественную дискуссию, основанную на равенстве, открытости, свободе выражения мнений. [1]

Таким образом необходимыми условиями для общественного диалога в медиа являются наличие в повестке дня темы, в рамках которой поднимаются общественно значимые проблемы, наличие площадок, равенство субъектов диалога, выступающих в рамках поднимаемой проблемы, и выстраивание субъектами диалога рациональной аргументации - дискурс, выстроенный на эмоциональных суждениях не продуктивен. Данная концепция была положена в основание исследования общественной дискуссии в российских СМИ.

Для определения, выполняют ли российские медиа функции организатора и модератора общественной дискуссии, было проведено контент-аналитическое исследование российских печатных СМИ («Новая газета», «Комсомольская правда», «Московский комсомолец») за декабрь 2017 года. В массив выборки попали 262 публикации, связанных с темами социальной политики, экономики, образования, коррупции, медицины и здравоохранения, которые, согласно социологическим опросам «Левада-центра» и ВЦИОМа, волнуют россиян.

В периоды социально-политических трансформаций, «напряжения» социально-политической среды во время выборов и подведения итогов политического цикла потребность в диалоге между властью и обществом должна особенно усиливаться: в публичном диалоге

должны появляться общественно значимые проблемы, поднимаемые в рамках актуальных тем.

Но большая часть медиаресурсов в современной России не выполняют функцию организатора общественного диалога, хотя запрос на публичную дискуссию в обществе есть. Несмотря на то, что подведение итогов года вызвало общественную рефлексию по многим вопросам, связанным уровнем жизни в стране, доступностью медицины, качеством образования, большинство СМИ не прорабатывали эти темы глубоко: 185 материалов только косвенно затрагивают общественно значимые проблемы. В анализируемых средствах массовой информации, проблемы, рассматриваемые в рамках определенных тем, не соотносятся с проблемами, озвученными россиянами в рамках исследований и опросов общественного мнения. Фактически средства массовой информации либо не в полной мере освещают общественно значимую тему, либо не раскрывают в рамках этой темы значимые проблемы.

Даже несмотря на наличие в публичном пространстве общественно значимых тем, общественный диалог не происходит. В частности, из-за того, что средства массовой информации не предоставляют возможность выразить мнение всем субъектам политического процесса: из 77 аналитических материалов только в 11 высказываются более двух субъектов коммуникации. В зависимости от степени лояльности издания к власти и финансовой независимости, в средствах массовой информации представляется точка зрения журналистов, достаточно ограниченного круга политиков, экспертов, в то время как мнения рядовых граждан, представителей общественных организаций и других социальных групп представляются в меньшей степени или не выражаются совсем.

Общественную дискуссию в России также можно признать неосуществимой, поскольку во многих российских изданиях не всегда ведется рациональная аргументация, основанная на причинно-следственных связях, фактах, аналитических докладах и отчетах, статистических данных. Коммуникация, выстроенная на эмоциях, ассоциациях, сравнениях, ярлыках и штампах, не является продуктивной. Эти факторы указывают на несостоятельность российских медиа как субъектов общественного диалога.

Источники и литература

- 1) Капустин Б.Г. Критика политической философии: Избранные эссе. М., 2010.
- 2) Красин Ю.А. Демократия в России: коридор возможностей // Россия реформирующаяся: Ежегодник-2004. М., 2004.
- 3) Тилли Ч. Демократия. М., 2007.
- 4) Хабермас Ю. Вовлечение другого. Очерки политической теории. СПб., 2001.
- 5) Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. – СПб.: Наука, 2006.