СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

А.А. Ширяева, кандидат филологических наук, доцент кафедры социологии журналистики факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: kafsoc@yandex.ru

УЧАСТИЕ СМИ И ЖУРНАЛИСТОВ В СТАНОВЛЕНИИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

В статье исследуются проблемы участия СМИ в формировании гражданского общества в России, их роль в гражданской социализации и поддержке общественного сектора. Анализируются результаты социологических опросов журналистов и населения, некоторые реалии практики СМИ. Делаются выводы о слабой ориентированности журналистов на содействие процессу становления гражданского общества, о недостаточности отражения соответствующей проблематики в медиаконтенте и о дефиците гражданского участия в традиционных СМИ.

Ключевые слова: *профессиональные ориентации журналистов, гражданское общество, социализация, гражданские интересы, гражданское участие.*

The problem of mass media involvement in forming the civilian society in Russia, in promoting socialization, and in supporting the public sector is studied. Data from population and journalist community surveys as well as a range of current media practices are analyzed. The conclusions are that journalists are disinclined to assist in the establishment of civilian society, the corresponding issues are poorly reflected in media coverage, and the level of civilian involvement in traditional media tends to be low.

Key words: *professional orientations of journalists, civilian society, socialization, civilian interests, civilian involvement.*

(*Окончание. Начало см. в предыдущем номере*)

СМИ и гражданский сектор

Гражданское общество — это общество с эффективными гражданскими институтами. Основное их ядро составляют общественные объединения и организации. Этот сектор в России еще развит недостаточно. Несмотря на многочисленность перечня таких формально зарегистрированных структур, они, за исключением немногих, пока не играют в целом существенной роли в жизни страны. Между тем, как известно, наряду с повседневной социальной активностью граждан общественный сектор — важный показатель зрелости гражданского общества. В процессе участия печати, радио, телевидения в функционировании общественного сектора можно, на наш взгляд, выделить тесно взаимосвязанные между собой направления: информационное обеспечение, поддержка и сотрудни-

чество. В чем суть такой деятельности? Это заинтересованное внимание к возникающим актуальным гражданским инициативам и перспективным гражданским организациям; полноценное информирование аудитории, населения об уже существующих наиболее значимых общественных объединениях и организациях, анализ их работы, имеющихся трудностей, проблем, результативности; усиление доверия к ним общества, если они того заслуживают, анализ причин недостаточности такого доверия или вовсе его отсутствия; содействие расширению общественного сектора, активизация участия в нем граждан, его роли в социуме, сотрудничество с ним. По сути, речь идет об укреплении статуса структур гражданского общества с точки зрения их реального участия в жизни страны, влияния на государственные и иные социальные институты, авторитета у населения. Тем самым повышается социальная, гражданская значимость самих средств массовой информации.

Поддержка общественных инициатив и объединений. Первичным импульсом и необходимой базой для создания общественных объединений и организаций являются общественные инициативы и движения, вначале часто достаточно локальные. Здесь, конечно, нужна соответствующая атмосфера в обществе, политические условия. *Огромное значение имеет поддержка прессы*. Их пик пришелся на перестроечное время, когда в широких кругах стала отчетливо осознаваться неизбежность перемен в разных аспектах: экологии, самоуправлении на производстве, защите малых городов, лесов и рек, охраны памятников, жилищном самоуправлении и т.д. Это были преимущественно неполитические сферы. Как пишет наиболее активный и известный исследователь этой темы: «Если бы не существовало прессы, гражданские инициативы так бы и остались на локальном уровне. То есть печать выступила в нормальной для себя роли коллективного организатора, сыграв гигантскую мобилизующую роль в развитии гражданских инициатив. Прежде всего она сплотила единомышленников... пресса стала порождающей средой для инициатив» [Яницкий, 2000, с. 242, 249].

Позднее появились движения политической направленности. Самое начало 1990-х гг. — период бурного и публичного выражения людьми, прежде всего через прессу, своих политических взглядов и предпочтений. В этом смысле не будет преувеличением сказать, что активная заинтересованность граждан и демократических сил, горячо поддержанная СМИ, а вовсе не партийная и комсомольская номенклатура сделали возможными серьезные перемены в жизни страны.

Позднее градус гражданской заинтересованности и активности по разным причинам существенно снизился. Можно даже сказать, что *1990-е годы — это время не только упущенных экономических*

возможностей, но развития и использования гражданского потенциала населения для *того, чтобы страна развивалась более успешно*. Но есть яркие примеры того, какую силу и влияние способны приобрести сначала совсем маломасштабные, но очень значимые инициативы. Так, например, небольшая группа женщин, объединившаяся для защиты прав и даже жизни своих сыновей, проходивших службу в армии, превратилась в Комитет солдатских матерей, а затем и в Конфедерацию таких комитетов. Они стали действенной силой защиты прав призывников и солдат-срочников, в определенной мере формой гражданского контроля над армией. И столь влиятельной, что за их поддержку боролись даже некоторые политические партии во время выборов. Своей деятельностью они способствовали тому, что стало возможным впоследствии создание уже самой властью Общественного совета при Минобороны РФ. А это для нашей страны поистине революционно. Другой пример. Вначале совсем локальное общество защиты прав потребителей при достаточно большом внимании прессы со временем преобразовалось в конфедерацию. Был инициирован ставший жизненно важным Закон о защите прав потребителей.

Все чаще объединяются в защите своих прав люди, пострадавшие в финансовом и материальном отношении от коммерческих структур. Спонтанно возникшие инициативные группы превращаются в комитеты и даже движения. Активность обманутых вкладчиков, ставшая публично известной благодаря в первую очередь телевидению, явилась катализатором создания «Агентства по страхованию вкладов». А коллективные действия обманутых дольщиков, также не обделенные вниманием СМИ, не только помогают решить жилищные проблемы большому количеству людей, оказавшихся в трудной ситуации, но доказали необходимость корректировки ряда законоположений, связанных с жилищным строительством. Подобные инициативы — это как бы микромодель формирования механизма защиты гражданами своих законных прав — от инициативы отдельных людей к комитету и коллективным действиям, а затем, возможно, и к постоянно действующей организации, которая выражает и защищает интересы уже более широкой общности людей в той или иной сфере жизни.

Все это, повторяем, возможно только при участии прессы. *Публичная презентация результативности общественных инициатив и структур повышает доверие к ним общества*. Как показывают опросы Левада-Центра [Общественное мнение, 2008, с. 91—93], с возможностью для людей объединяться в общественные и политические организации на основе своих интересов без вмешательства государства четвертая часть опрошенных связывает важнейшие гражданские права и свободы. Полагаем, что число придерживаю-

щихся такой точки зрения, не так уж и мало, учитывая многодесятилетний опыт развития страны, где это применительно к большинству значимых сфер, в принципе, не поощрялось и даже не допускалось. Однако сегодня высоким доверием общественные движения и организации не пользуются. Значительная часть опрошенных считает, что большинство из них возникает по решению власти и в связи с этим под вопросом их самостоятельность. К большой результативности общественных движений они относятся с сомнением. В то, что им удается добиться своих целей, верят лишь 5%. Большинство же (60%) полагает, что это возможно «лишь отчасти», а 15% настроены абсолютно критически. Причины же, мешающие гражданам объединять свои усилия для решения своих проблем и общественно важных дел, видятся не только в усталости людей от житейских трудностей, но и в том, что они недостаточно солидарны и не имеют организационных навыков, но, самое главное, не верят, что такая деятельность может принести весомые результаты [Общественное мнение, 2010, с. 44, 167].

Возникает вопрос: насколько в принципе настроены журналисты на участие СМИ в формировании структур гражданского общества? Активно инициируя кардинальные перемены в жизни страны, выступая солидарно с населением, журналисты начала 90-х гг. (согласно опросам, порядка 60%) полагали, что «содействие развитию демократических структур, утверждению народовластия, правого государства» должно стать важнейшим направлением их работы. Более того, опрошенные тогда сотрудники центрального телевидения и всесоюзного радио (проект факультета журналистики МГУ) считали необходимым, чтобы различные общественные организации стали соучредителями теле-, радиоканалов. Потом эта идея, конечно не по вине журналистов, «канула в Лету». А сами СМИ довольно длительное время уделяли внимание в основном только одному виду общественных организаций — партиям, в выборные кампании активно поддерживая ту или иную сторону. Теперь, поскольку на уровне власти партийное строительство считается законченным, то в центре внимания одна партия — правящая, особенно на телевидении. Но ведь партии — не единственная структура гражданского общества, а в наших реалиях таковой ее считать довольно затруднительно. *Постепенно участие СМИ в формировании общественного сектора не стало казаться журналистам столь существенным*. Так, согласно опросу 2006 г., проведенному Фондом развития информационной политики, не более трети руководителей городских газет отметили это среди наиболее важных задач. А ведь, как показывает опыт демократических стран, именно на местном уровне общественные организации играют особую роль.

Задачи и соответственно тематика, связанные со становлением гражданского сектора, его «бытием» важны не только для общественных СМИ (там свои особенности, связанные со спецификой организаций, которые являются их учредителями). Актуальны они и для всей прессы общего содержания — печатной и электронной, как государственной, так и частной (коммерческой). Ведь речь идет о создании гражданской «среды обитания», необходимой для всех.

Освещение деятельности общественных организаций. Какова же в этом отношении реальная практика современных российских СМИ? Имеющаяся на этот счет весьма немногочисленная социологическая информация показывает, что у журналистов такая задача не в числе приоритетных. Так. в ходе опроса в рамках проекта «СМИ и органы местного самоуправления», предпринятого в 2002 г. Комиссией по свободе доступа к информации в редакциях газет шести областей России, выяснилось, что при обсуждении содержательной модели местных изданий журналисты поставили по значимости тематику, связанную с освещением деятельности партий, движений, союзов, общественных организаций, на предпоследнее — девятое место [Дзялошинский, 2002, с. 133]. Целенаправленных и представительных контент-аналитических исследований, посвященных этой теме, к сожалению, практически нет. Но мы имеем возможность представить некоторые тенденции на основе интересного, на наш взгляд, хотя и локального исследования, выполненного в процессе подготовки дипломной работы под руководством автора [Архипова, 2007]. Эта работа посвящена анализу публикаций крупнейшей общественно-политической газеты в ракурсе освещения ею деятельности общественных организаций. С помощью метода контент-анализа были проанализированы 1730 ее материалов за трехмесячный период (декабрь 2006 г. — февраль 2007 г.). Подряд 57 номеров. Была разработана достаточно четкая классификация общественных организаций. Из анализа исключались упоминания партий, поскольку повышенное внимание к ним общественно-политической газеты очевидно.

Выяснилось, что в целом *публикаций, в которых в том или ином качестве фигурируют общественные организации, крайне мало* — всего 4% от общего числа материалов, включенных в анализ. Это свидетельствует о явно недостаточном внимании газеты к ним. Самым большим вниманием на тот период пользовалась Общественная палата РФ (как, впрочем, и сейчас). О ней говорилось более чем в четверти всех публикаций. Это действительно очень важный орган общественного контроля, в целом положительно себя зарекомендовавший. За ним следует Общественный совет при Минобороны РФ. Можно предположить, что такое особое внимание было связано и с тем, что речь идет об инициативе власти.

Чаще, чем другие, упоминаются организации в сфере культуры (охраны памятников, исторических мест и т.п.), которые доказали свою безусловную позитивность. Здесь же — профсоюзные организации и по защите юридических прав граждан.

По сравнению с масштабными структурами крайне скудно представлены те, которые связаны с решением повседневных вопросов людей и, в частности, имеющих серьезные проблемы. Это — ветераны локальных войн и конфликтов, инвалиды, лица, страдающие опасными заболеваниями (ВИЧ-инфекциями, диабетом, гепатитом и другими). Многие такие объединения созданы недавно и еще не встали «на ноги». Подобные организации очень нуждаются в поддержке прессы, тем более что они отражают интересы социально-слабых слоев населения, которые, как показывают контент-аналитические исследования, и так обделены вниманием СМИ.

В большинстве публикаций (80%), где фигурируют общественные структуры, они упоминаются вскользь, мимоходом. Специально посвященных им материалов крайне мало — всего пятая часть из тех и так немногочисленных, где в тексте присутствуют общественные организации. Поводом становятся какие-либо громкие заявления их руководителей, юбилейная дата или факты, связанные с деятельностью организации. В основном о гражданских организациях сообщается в информационном, нейтрально-безоценочном ключе. Когда же дается оценка их работы (чаще позитивная, реже критическая), она не сопровождается анализом или выявлением проблем. Об общественных организациях чаще всего рассказывают журналисты и довольно редко — руководители (более или менее развернутых интервью с ними не встретилось), тем более рядовые члены.

Таким образом, на примере предпринятого анализа можно сделать вывод, что информирование граждан о деятельности общественных организаций, так же как и помощь в их работе, привлечение к ним общественного внимания, их поддержка явно недостаточны. Печать, телевидение, радио должны активировать свое внимание к гражданскому сектору, помочь ему стать действенной общественной силой.

Сотрудничество с общественными организациями. Оно должно быть привычной, повседневной практикой журналистов. Во многих случаях всестороннее освещение социально значимых тем (так же, как и их выбор) невозможно без получения соответствующей информации от представителей тех гражданских организаций, которые действуют в данной сфере. Они — важная часть информационного актива редакционных сотрудников. Вопросы, о которых идет речь в газетных публикациях, теле-, радиопередачах, нередко требуют общественной экспертизы. Она не может быть заменена

мнением специалистов, которые часто руководствуются ведомственными соображениями.

Приведенный выше анализ газеты показал, что лишь в некоторых (не более пятой части) публикациях просматривается цель обращения к представителям общественных организаций с тем, чтобы получить такую экспертизу, и уж совсем редко — приглашение обсудить тот или иной вопрос в ходе диалога хотя бы с ограниченным числом его участников. За анализируемый период не встретились также примеры участия гражданских организаций в широкой общественной дискуссии. Подтверждает тенденцию слабого внимания со стороны СМИ к позициям представителей общественного сектора и другое исследование — проведенный месячный контент-анализ ряда изданий. Выяснилось, что, например, в крупной общенациональной молодежной газете мнения лиц, вовлеченных в решение проблем, связанных с освещаемой газетой темой, по их общественной работе, занимают не более 1% среди общего числа суждений [Платонова, 2010, с. 158].

Без общественных организаций невозможно эффективное обсуждение на площадке СМИ вопросов, актуальных для жизни страны и ее граждан. Но часто редакционные сотрудники не придают этому особого значения. Так, в опросе руководителей региональной прессы лишь 10% отметили, что их издания активно привлекали представителей структур гражданского общества к обсуждению процесса реализации важнейших национальных проектов. Примерно половина из них самокритично говорили, что это делалось редко. И даже в ходе реформы местного самоуправления, как отмечало более 60% опрошенных руководителей городских газет, такое сотрудничество было явно недостаточным. А это как раз сфера, к которой местные общественные организации имеют самое прямое отношение.

СМИ, особенно в условиях развития Интернета, обладают большими возможностями для выражения общественного мнения. Эту задачу российские журналисты считают весьма существенной, хотя сегодня они, в принципе, как показывают опросы, меньше, чем в начале 1990-х гг., ориентированы на нее. Однако средства массовой информации можно назвать четвертой властью только в том случае, если они выступают от имени общественного мнения. На практике такую задачу реализовать чрезвычайно трудно из-за сложной «уловимости» этого социального феномена, ограниченности каналов его циркулирования, выражения. Не всегда достаточны в этом отношении и данные социологических опросов населения (тем более что журналисты к их результатам особого внимания не проявляют). Сотрудничество же печати, телевидения, радиовещания с общественными организациями как раз и есть один из способов реальной связи с общественным мнением. Правда, при условии,

что организации, с которыми контактируют журналисты, состоят не из одних функционеров, а тесно связаны с гражданами, аккумулируют их позиции и действительно выражают общественное мнение, складывающееся в определенных группах, слоях населения или сферах жизни общества.

Информационное сотрудничество не исключает и другие формы взаимодействия с гражданскими объединениями. В СМИ распространяется практика, особенно на местном уровне, проведения с ними различного рода совместных акций (экологических, образовательных, культурных, благотворительных и т.д.). Помимо практической полезности, это позволяет поддерживать более тесные партнерские взаимоотношения с такого рода организациями, узнать их «в деле». Одновременно это укрепляет авторитет как гражданских структур, так и самих редакций. Да и в целом такая «внетекстовая» деятельность СМИ позволяет говорить о формировании их нового качества как журналистики соучастия [Дзялошинский, 2006].

В заключение необходимо подчеркнуть: для того чтобы отечественные средства массовой информации играли действительно весомую роль в становлении гражданского общества в России, им нужно многое изменить в своей деятельности. Полагаем, что руководители СМИ, редакционные сотрудники должны придавать большее значение данному направлению работы, социально-организаторским функциям, осознавать свою ответственность в этом отношении. В аспекте столь важной, сложной социальной задачи необходимо повышение уровня их профессиональной компетентности.

Список литературы

Аникина М. Е. Новая реальность современной молодежной периодики // Научный и учебно-методический альманах. — Казань: Тонус, 2005. — № 10.

Архипова Ю. О. Журналистика и гражданское общество. — М.: Факультет журналистики МГУ, 2007.

Ван Хаянь. Информационное неравенство как комплексная проблема // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. — 2007. — № 1.

Дзялошинский И. М. Журналистика соучастия: как сделать СМИ полезными людям. — М.: Престиж, 2006.

Дзялошинский И. М. Органы местного самоуправления. Взаимодействие во имя информационной открытой власти. — М.: Комиссия по свободе доступа к информации, 2002.

Дзялошинский И. М., Дзялошинская М. И. Журналистское сообщество в оценке журналистов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика — 2005. — № 5.

Матвеева Л. В., Свитич Л. Г. и др. Ценностные ориентации, коммуникативные установки, информационные интересы автора и зрителя в теле-

визионной коммуникации // Информационная и психологическая безопасность в СМИ. — Т. 2. — М.: Аспект Пресс, 2008.

Муниципальная и местная пресса, реформа местного самоуправления и национальные проекты / Отв. ред. С. Г. Колесник, В. Л. Касютин. — М.: Хроникер, 2006.

Общественное мнение. Ежегодник. — М.: Аналитический Центр Юрия Левады, 2006, 2008, 2009, 2010.

Платонова Д. В. Информационное участие аудитории в деятельности СМИ // Средства массовой информации и формирование гражданского общества / Отв. ред. А. И. Верховская. — М.: Факультет журналистики МГУ, 2010.

Прохоров Е. П. Журналистика и демократия. Очерк 4. Журналистика и формирование «адекватного гражданина». — М.: РИП-холдинг, 2007.

Реснянская Л. Л. Общественный диалог и политическая культура общества. — М.: Пульс, 2003.

Руденко И. А. Журналы для школьников и младших школьников: особенности развития. Мат-лы Всеросс. науч.-практ. конф. «Общественная повестка дня и коммуникативная практика СМИ». — М.: Факультет журналистики МГУ, МедиаМир, 2009.

Свитич Л. Г., Ширяева А. А. Российский журналист и журналистское образование / Под ред. Я.Н. Засурского. — М.: ВК, 2006.

СМИ и политика / Под ред. Л. Л. Реснянской. — М.: Аспект Пресс, 2007.

Стечкин И. В. Эволюция социально-функциональных ролей в Интернете // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. — 2004. — № 5.

Фролова Т. И. Человек и его мир в информационной повестке дня. — М.: Агентство социальной информации, 2009.

Шкондин М. В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога. — М.: Пульс, 2002.

Яницкий О. Н. Пресса соединяла людей в гражданских инициативах // Пресса в обществе (1959—2000). — М.: Институт социологии РАН, Московская школа политических исследований, 2000.

Поступила в редакцию
13.09.2010