

Секция «Журналистика»

Средства массовой информации как организаторы публичных дискуссий

Фатыхова Миляуша Анваровна

Студент

Казанский государственный университет им. В.И. Ульянова-Ленина, филиал в г. Набережные Челны, Факультет филологии и журналистики, Набережные Челны, Россия

E-mail: may_dancer@mail.ru

Наша страна стремится к созданию правового общества. Конституционно у нас провозглашены свобода слова и печати. В связи с этим, журналистика в российском социуме должна служить народу как средство выявления и формирования публичного мнения. Мы решили выяснить, являются ли российские средства массовой информации (СМИ) организаторами публичных дискуссий.

Под публичной дискуссией мы понимаем обсуждение актуально значимой темы, вызывающей общественный резонанс, в котором представлены плюрализм мнений, задействованы несколько субъектов коммуникации, принимаются решения относительно волнующих граждан вопросов.

Мы рассмотрели то, каким образом средства массовой информации участвуют в проведении публичных дискуссий. СМИ создают медиа-пространство, за место в котором социальные проблемы конкурируют между собой. Такой процесс формирует «повестку дня», ограничиваемой пропускной способностью СМИ.

Проанализировав различные типы систем СМИ (авторитарную, либертарианскую, модель социально ответственной прессы), мы приходим к выводу, что социально ответственная пресса – оптимальная арена для проведения публичных дискуссий, так как независима и от государственной опеки, и от финансирования со стороны рекламодателей и других коммерческих групп.

Мы провели исследование, в котором сравнили два российских печатных издания - «Российскую газету» и «Аргументы недели» - с целью выявить, отражают ли они мнения различных политических сил.

Исходя из результатов нашего исследования, мы сделали вывод, что политика СМИ во многом зависит от учредителя (владельца). Поскольку «Российская газета» является изданием, финансируемым правительством РФ, оно занимает позицию «партии власти», имеющей наибольшее количество мандатов в Государственной Думе. Газета «Аргументы недели» более сбалансировано подходит к освещению деятельности различных политических сил, поскольку является коммерческим, не зависящим от государства изданием.

Государственное издание «Российская газета» работает по типу авторитарной прессы, из-за чего не может быть ареной для проведения публичных дискуссий (здесь они либо не поддерживаются изданием, либо носят манипулятивный характер). Результаты исследования показывают, что партия «Единая Россия» имеет наибольшее число упоминаний в газете, ее деятельность освещается исключительно в положительном свете.

Несмотря на то, что газета «Аргументы недели» не является общественным СМИ (то есть, как описывается в теории социально-ответственной прессы, изданием, существующим на средства от абонентской платы аудитории), а частным медиа, оно пред-

Конференция «Ломоносов 2012»

ставляет читателю более сбалансированную политическую картину. Здесь представлена деятельность различных политических сил, освещение носит не только положительный, но также и критический характер.