

**Развитие гражданского общества в репрезентации отечественных СМИ (на материале «Коммерсанта» и «Известий»)**

**Научный руководитель – Беспалова Алла Григорьевна**

***Назарович Оксана Алексеевна***

*Студент (магистр)*

Южный федеральный университет, Институт филологии, журналистики и межкультурной коммуникации, Кафедра истории журналистики, Ростов-на-Дону, Россия

*E-mail: oxana.nazarovich@mail.ru*

Гражданское общество в России ещё находится на этапе своего становления. Несмотря на длительную историю развития различных форм социальной активности, широкое распространение негосударственных структур и отношений в нашей стране началось только в 90-х гг. XX в. Особенности развития российского общества, связанные как с внутренними, так и внешними факторами, способствовали неоднородному течению этого процесса на протяжении последних 20 лет. Фазы активного влияния общественных структур на внутривнутриполитическую жизнь страны сменялись периодами спада интереса государства к гражданским инициативам [4].

По мнению З.Т. Голенковой и Л.М. Романенко, это обусловлено, в частности, тем, что Российская Федерация традиционно принадлежит к таким странам, которые более ориентированы на государство [2], нежели на общественные организации. Поэтому гражданское общество в целом представляет собой хотя и многочисленную, но разрозненную и неустойчивую структуру [5]. И таким оно находит своё отражение в СМИ. Редакции, в силу политической или экономической ангажированности, чаще всего придерживаются такой информационной стратегии, при которой общественно-политическая тематика освещается преимущественно с позиции государства, но не гражданских институтов. В результате чего у аудитории формируется восприятие гражданского общества как неэффективного инструмента управления [3].

Для более предметного изучения проблемы, а именно особенностей репрезентации гражданского общества в СМИ, мы использовали метод контент-анализа. Объектом исследования послужили общественно-политическая газета «Известия» и деловое издание «Коммерсантъ». Методом сплошной выборки были отобраны 60 материалов из выпусков за ноябрь 2020 года. Все публикации по социально значимым вопросам рассматривались на предмет наличия в них информации об институтах гражданского общества, проводилось сравнение с данными о деятельности органов государственной власти, изучалась оценочность, выявлялся субъект оценивания и репрезентации, а также анализировались такие внетекстовые признаки, как размещение материала в номере, его объём, наличие/отсутствие специальной рубрики, анонса, иллюстраций и т.д.

Проведенное исследование показало, что характер репрезентации анализируемой тематики в «Известиях» и «Коммерсанте» не имеет существенных отличий. Материалы, субъектами которых выступают институты гражданского общества, представлены в изданиях в меньшей степени, чем те, субъектами которых являются органы государственной власти, хотя эта разница и не является значительной.

В представленных СМИ публикации, посвященные деятельности общественных институтов, размещаются преимущественно на внутренних полосах и в большинстве случаев имеют объём до  $\frac{1}{4}$  полосы. Деятельность правительства и других государственных структур освещается более подробно (объём в  $\frac{1}{2}$  полосы), такие материалы располагаются в местах наибольшего просмотра (на так называемой «витрине» и развороте издания).

В выступлениях, посвящённых гражданскому обществу, наиболее часто освещается деятельность таких его институтов, как политические партии, ассоциации, фонды, специализированные центры, а также ситуационные организации гражданской инициативы (коллективные обращения, митинги и др.). Деятельность органов местного самоуправления, профильных объединений (профсоюзов) и смешанных структур (Общественной палаты) практически не упоминается.

Публикации, содержащие информацию о развитии гражданского общества, почти всегда сопровождаются визуальными элементами и графическими акцентами. В то же время иллюстративный ряд ограничен одним видом - фотографиями, не используются рисунки, инфографика и др. При этом такие материалы почти не анонсируются в изданиях, тогда как публикации о деятельности государственных структур практически всегда имеют краткую аннотацию на первой полосе номера.

Общая оценка деятельности институтов гражданского общества в материалах «Известий» и «Коммерсанта» в большинстве случаев положительная. Сбалансированная оценка встречается реже, а негативная - практически отсутствует. Оценивает материал преимущественно автор - журналист, в то время как экспертное мнение по описываемым проблемам представлено редко.

Таким образом, проведенный анализ позволяет сделать вывод, что российское гражданское общество начинает действовать с периферии общественного дискурса [1]. Развитие его институтов уже сегодня освещается довольно подробно, хотя и уступает информационному сопровождению работы государственных учреждений, что проявляется в разных способах подачи, привлечения интереса к публикуемым в изданиях материалам. Это обусловлено тем, что журналисты, не всегда полно и объективно оценивают явления социальной действительности с точки зрения развития самоорганизации граждан, роста общественного потенциала. Поэтому СМИ (в частности, исследуемые «Известия» и «Коммерсантъ») в настоящее время не являются эффективным средством, содействующим развитию гражданского общества.

### Источники и литература

- 1) Бардин А.Л., Кокарева А.Н., Михайлова Е.В. Гражданское общество в дискурсе российских СМИ // Власть. 2014. № 12. С. 130-139.
- 2) Голенкова З.Т. Гражданское общество в России // Социс. 1997. № 3. С. 25-36.
- 3) Дзялошинский И.М. СМИ и гражданское общество // Вестник РУДН. Политология. 2010. № 5. С. 156-160.
- 4) Никитина Е.С. Особенности и основные этапы становления и развития гражданского общества // Власть. 2010. № 12. С. 145-148.
- 5) Резник Ю.М. Проекты гражданского общества в современной России: возможности и парадоксы реализации // Социальные проблемы развития белорусского общества в условиях глобализации. 2016. № 4. С. 26-38.