

Секция «Телевидение»

Дискуссия в российских медиа: разговор или диалог?

Черепанова Татьяна Витальевна

Аспирант

Уральский государственный университет им. А.М. Горького, Философский факультет, Екатеринбург, Россия

E-mail: tc06@yandex.ru

С осени 2009 г. неожиданно заговорили о возвращении дискуссионного формата на телевидение. Попытка реанимации популярного ранее жанра общественно-политической программы, такой как «Свобода слова», «Основной инстинкт», «Глас народа», «К барьеру!» ознаменовалась запуском проектов, ориентированных на интеллектуального зрителя: «Честный понедельник», «Поединок», «НТВшники», «Последнее слово», «Культурная революция», «Открытая студия» и др.

Однако, несмотря на активное анонсирование и, казалось бы, злободневные темы, бурного отклика общественности эти программы не вызвали. В целом, современное российское телевидение сейчас подвергается как постоянной внешней критике со стороны экспертов-медиаологов, так и внутренней, представленной журналистами. А значит, можно предположить, что и рефлексирующая общественность, и руководство каналов готово к некому содержательному сдвигу. Почему он не происходит – другой вопрос.

Критики современных медиа пытаются выявить причины сложившегося противоречия: с одной стороны, стремительно развивающиеся технологии телевидения, радио и прессы всячески ориентированы на то, чтобы вовлекать в публичные дискуссии максимальное количество людей. С другой стороны, именно в этот период демонстрации отточенных телевизионных приемов, появления многочисленных дискуссионных форумов интернет-пространстве мы не видим реального результата демонстрируемой критико-оценочной деятельности – морального резюме. «Проговаривание» общественно значимых вопросов не достигает поставленной цели – рефлексии со стороны общественности.

На фоне очевидного постановочного характера дискуссионных программ на телевидении сегодня особенно выигрышно выглядит интернет с его безграничными возможностями осмысления происходящего. Но, как оказывается, и активно функционирующие дискуссионные форумы в интернет-пространстве, такие как www.openspace.ru, не в полной мере отвечают потребности рефлексирующей общественности в продуктивной дискуссии. Разговоров множество, диалога нет. Как отмечает Норберт Болц, «интернет, да и старые медиа, например телевидение, превращают информацию в фетиш и коммуникацию в культ – достаточно упомянуть о ток-шоу и чат-румах. Важно не то, о чем говорится, а то, что разговор идет»[2]. Мы наблюдаем феномен подмены дискуссии коммуникацией, диалога разговором: «достаточно часто информация просто не важна: коммуникация коммуницирует коммуникацию. Мы разговариваем. Этого достаточно. . . Жизнь бьет ключом, люди общаются»[1].

Эффект «коммуникации ради коммуникации» особенно характерен для современной блогосферы. В силу свободы обмена мнениями продуктивность отдельной дискуссии в блогосфере обусловлена не остротой обсуждаемой проблемы, а популярностью автора. Вариативность суждений порождается не многообразием актуальных тем, многочисленностью пользователей. Можно предположить, что блог – современный вариант

реализации концепции публичной сферы, но сложно вычленишь среди миллионов пользователей блогов рефлексирующую общественность: статус «активные пользователи» не обязательно указывает на объединенную общими переживаниями группу интеллектуалов. Ежедневно возникают новые заметки, порождающие длинные разговоры, но поводом для обсуждения могут стать как вопросы, волнующие весь мир, так и проблемы личного характера. Блог не предполагает цензуры, а значит, не происходит отсеивания словесного мусора, отделения бессмысленного трепа от конструктивного диалога. Соответственно, мы никогда не сможем увидеть в блогосфере какого-либо результата обсуждения, концентрации идей, грамотного резюме. Кроме того, поскольку сегодня в блогосфере прочно закрепились журналисты и несостоявшиеся писатели, блог больше напоминает выставочный павильон литературных и публицистических трудов, чем поле активной общественной дискуссии, и уж тем более публичной сферы в классическом понимании Ю. Хабермаса [4].

В контексте информативности средства массовой информации функционируют в одностороннем порядке. Ориентация на массового потребителя не отменяет, конечно, вариативности суждений, и на это указывает существование различных телевизионных каналов и печатных изданий, различающихся в оценке происходящих событий и по форме подачи материала. Основной вопрос заключается в другом: каким образом, учитывая массовый характер медиа, реализуется возможность оценки и обсуждения актуальных событий совместно с теми, для кого информация предоставляется, ведь средства массовой информации выступают не только в роли информаторов, конструирующих образ реальности, но и выполняют еще одну задачу – налаживают диалог с общественностью.

И как раз диалог с общественностью, совместная критико-оценочная деятельность российским медиа не удаются. Как отмечает Д. Дондурей, «у нас есть огромное количество разного рода интеллектуальных форматов. Вполне вроде бы достаточно, если взять все, что идет на «Культуре», на Пятом канале, на Первом, даже на НТВ. Наберется программ десять, для недельного эфира — нормально. А все равно ощущение «бла-бла-бла» [3].

Литература

1. Больц Н. Коммуникация ради коммуникации / Азбука Медиа. М.: Издательство «Европа». 2011, с. 95
2. Больц Н. Коммуникация ради коммуникации / Азбука Медиа. М.: Издательство «Европа». 2011, с. 100
3. Дондурей Д., Ханумян В. Ощущение пластмассы [Электронный ресурс] // Искусство кино – 2010, №10. – Режим доступа: <http://kinoart.ru/2010/n10-article25.html#2>, свободный. – Загл. с экрана.
4. Habermas J. Der Intellektuelle und seine Öffentlichkeit // Ach, Europa. Frankfurt am Main. 2008.