

КРИЗИС СИСТЕМЫ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОГО ВЕЩАНИЯ В РОССИИ: МАРКЕРЫ И ЭФФЕКТЫ (НА ПРИМЕРЕ ТОМСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ)

Основным маркером кризиса является детемпорализация содержания публичного дискурса. Региональное телевидение представляет собой некий обособленный институт, зависящий либо от властей, либо от капитала. В результате демаркации между официальным и частным сегментами трансформируются сами механизмы взаимодействия, выражаясь в устойчивых эффектах. Основные характеристики четырех эффектов дополняются конкретными примерами телесюжетов регионального ТВ.

Ключевые слова: детемпорализация; симплификация; симпрактизация; билокализация; осцилляция; частная сфера; публичная сфера; подконтрольность; демаркация; персонификация; суверенная демократия.

Кризис – удобное и популярное слово, где бы оно ни употреблялось. Это слово полисеманлично как понятие и полиаспектно как явление, им обозначаемое. Кризис в поле политики также отвечает упомянутым особенностям, поскольку, к примеру, может определяться в наглядных действиях, а может носить латентный характер. Далее, он может обозначать лабильность социально-политических тенденций и процессов, а может не обозначать: внешне стабильное общество вполне может быть эффектом кризиса – совсем как в сегодняшней России. Именно в этом смысле предлагается рассматривать кризис политического пространства в данной статье как политическую ситуацию, внешне относительно стабильную, но по сути являющуюся прогрессирующей деривацией относительно идеальной цели – построения демократического общества, государства и режима.

И какие бы обоснования не предлагались – в терминах особой российской модели («суверенная демократия» Суркова) или в терминах политической дефляции Т. Парсонса («народ же сам голосует»), – они мало кого могут устроить. Если глава государства практически «назначает» оппозиционные партии для декорирования системы, значит, в этом что-то есть.

Тема предлагаемого текста – кризис поля политики, суть которого можно определить как нарастающий дисбаланс в публичном пространстве, выразившийся в утрате им равновесности между властью и гражданским обществом. Это касается и главного медиума публичного политического взаимодействия – политического телевидения. Равно как и региональных СМИ, как в целом, так и его отдельных сегментов и субъектов. Указанные сегменты имеют свои особенности, обуславливающие признаки (маркеры), и потому дают специфические эффекты кризиса поля публичности.

Пожалуй, основным маркером кризиса как явления системного характера может быть названо *размывание конструкта временного континуума* или, другими словами, *детемпорализация содержания публичного дискурса*.

Здесь уместно обратиться к известной типологии субъективной и интересубъективной темпоральности Л.Н. Гумилева, который выделяет пассеистский, актуалистский и футуристический способы «метавосприятия» времени [1. С. 315–364]. Тогда в нашем случае – в случае регионального телевидения – восприятие, конструирование, и конституирование времени «ужимается» до точки событийного актуализма. Оно приобретает дискретную, точечную, мозаичную конфигурацию. Самые разные события, факты, явления выглядят как

квилт, как пестрая мозаика мелькания и исчезновения, они не связаны ни смыслом, ни тематикой, но только статусом «здесь-и-сейчас».

Указанный событийный дисконтинуум нивелирует акценты восприятия: будь то юбилей города, гастроли поп-звезды или заказное убийство: все это «уживается», одинаково привлекает внимание и одинаково важно (или не важно). В итоге нивелируется ресурс суггестии и одновременно снижается «порог чувствительности». Темпоральный и смысловой дисконтинуум содержания вещания, его калейдоскопичность все больше и больше оттеняют неопределенность и пассивность гражданского сегмента поля публичности.

Сопутствующим явлением, а также, в принятой нами стратегии, следующим маркером и, одновременно, эффектом кризиса можно назвать *симплификацию* и *симпрактизацию* содержания публичных арен. Имеется в виду синдром склонности к упрощению (в восприятии и поведении), синдром «бинаризации» действительности [2. С. 81].

По сути, в этом случае мы наблюдаем то, что Н. Луман называл парадоксальным способом операционально-пригодных различий (аутопойесиса) [4. С. 194–216]. Вещание предлагает риторические вопросы, риторические лозунги, риторические интерактивные опросы общественного мнения, которые подменяют собой авторскую логику, идеологию, нормативность экспертной аналитики. Привычная когда-то схема: постановка проблемы, анализ причин, условий и последствий – упрощается и сходит на нет.

В то же время, однако, симпрактизация не лишена устойчивых корней и потому не ограничивается минутной тягой к простым и однозначным оценкам и ответам в конкретной социально-политической обстановке. Ее основу составляет синдром архаичности – априорного доверия к официальным источникам.

Очередным маркером (эффектом) кризиса можно назвать *билокализацию поля публичности*. Она выражается в факте монополизации властью всего поля публичности (и СМИ, конечно) при относительной пассивности граждан. Такая пассивность полихромна: это может быть индифферентность, молчаливое согласие или, напротив, скрытое недоверие и даже протест. Важно то, что в любом виде обозначает автономность частного сегмента. Эффект билокации поля публичности выражается в возвращении к оппозиции «верхов» и «народа». Ситуация сводится к разрыву между официозом, когда СМИ однозначно выступают (и ассоциируются с ними) проводниками позиции власти, с одной стороны, и «частной» публичностью – с другой, превратившейся в «гетто сво-

бодных мнений». Этот сегмент, по сравнению с советским периодом, еще не «усох» до размеров «кухни», но его границы уже четко определились.

Сложившаяся демаркация между официальным и «приватным» сегментами поля публичности по линии охранительности – оппозиционности вполне подчиняется механизму актуальных различий контингентности – инаковости [3. С. 53]. Примеров подобной дискурсивной дифференциации множество. Она может воплотиться, например, в оппозиции «Россия – враги России», что с успехом осуществляется центральными СМИ. Это делается в отношении мирового финансового кризиса, деятельности военно-политических блоков, отношений с отдельными соседями и т.п.

Существуют разные «радиусы» оппозиций, что в значительной степени характеризует именно региональные СМИ: это опора на сравнение с другими регионами, в том числе и по поводу самих себя.

Механизм дифференциации, наконец, может воплощаться в границах «географии» отдельных секторов и отраслей политической, экономической и других сфер, имея, однако, локальные особенности и различия в биллокализации публичного пространства.

Это, во-первых, тот факт, что усиление демаркации между властью и публикой не всегда носит оппозиционный характер. Напротив, зачастую она вуалируется выраженной векторностью делегирования. В частности тем обстоятельством, что в ситуации тотального вызова среды (тот же мировой кризис) публичная сфера демонстрирует завидное единодушие. Нужно подчеркнуть, что это характерно именно для масштабных вызовов, касающихся россиян, экономики страны, общества в целом. Персонифицированная государственная власть субъективно и интерсубъективно наделяется полномочиями последней инстанции и высшей силы, способной быстро и эффективно решить проблему (ситуация мая 2009 г. в г. Пикалево). При этом чаще используется дискурс моральной риторики, а с одновременной элиминацией рационализованного дискурса.

Заметим, что ситуация отличается, если говорить о радиусе регионального вещания. Отличается, главным образом, тем, что здесь оппозиционный характер связи «официальная точка зрения – слухи достаточно выражен». Причем слухи, которые циркулируют в народе, более информативны, чем телевизионные сюжеты.

Во-вторых, региональный «радиус» конструирования телевидением социальных проблем отличается от федерального характером дискурса. Здесь гораздо заметнее содержательно-интонационные смещения. А именно: СМИ рассказывают о трудностях владельцев предприятий, о повышении ставок по реструктуризации кредитного долга, о выживании предприятия в нынешних условиях. Но практически отсутствует социально-моральная риторика (как выжить людям уволенным, сокращенным, какие меры давления были использованы на данном предприятии, чтобы вынудить большую часть работников уйти по собственному желанию и др.).

В результате мы видим, что «местные» общественно-политические новости и программы гораздо более консервативны, автономны и «закрыты». В них приватная публичная сфера (слухи, Интернет) доминирует над официальными каналами информации.

В подобных условиях и СМИ в целом, и телевидение в том числе не могут не реагировать на сложившиеся реалии. Новизна ситуации состоит в том, что реставрация официального статуса СМИ на региональном, как минимум, уровне имеет не только политические детерминанты. Здесь существенным фактором выступает экономика, в результате чего основным источником средств для изданий и каналов становятся заказные материалы.

В итоге указанной демаркации трансформируются сами механизмы взаимодействия официального и приватного сегментов, выражаясь в устойчивых эффектах. Остановимся на их основных характеристиках.

Во-первых, это *Эффект «вымывания» политической составляющей в журналистике*. Тенденцией последнего времени является рост доли журналистов-экономистов, журналистов-правоведов, журналистов-религиоведов и др. Разумеется, такое деление в известной степени искусственно, поскольку в реальности все они представляют сложную профессиональную «армию» масс-медиа. Однако сфера экономики, права, религии (мы не касаемся сферы развлекательного вещания) преобладают на сегодняшний день.

Во-вторых, это *эффект подконтрольности*. Содержание и тональность продукции СМИ формируются таким образом, чтобы негативизм и напряженность были сняты так или иначе. Конструируется ситуация финального решения проблемы властями – что-то вроде счастливого конца в фильме. Но чаще этот эффект достигается простой комбинацией и перекомбинацией сюжетов. Вот характерный пример: 26 мая 2009 г. в теленовостях выходит нейтральный по тональности и интерпретации сюжет о том, что изменяется кадастровая стоимость земли. В связи с этим выступают представители власти и объясняют населению, как и сколько теперь будет стоить земля. Одновременно с этим заявлением делается небольшое включение из речи директора торгового центра, который говорит, что такое изменение – смерть для арендаторов и арендодателей, потому что такую стоимость аренды не потянет не только малый бизнес, но даже и средний.

Информация подается на фоне репортажей по поводу дня предпринимателя: выступление депутата с объяснением проекта программы поддержки малого и среднего бизнеса в Томске, его значимости и перспектив, о 40% занятых в сфере малого и среднего бизнеса среди населения Томской области и др.

Обобщая, можно сказать, что происходит седиментирование (осаждение) напряженности и суггестивного ресурса проблемы в приватный сегмент поля публичности. О проблеме помнят на уровне прямых или опосредованных биографических сетей (знакомые или знакомые знакомых), но из поля зрения СМИ проблема исчезает, уступая место другим.

В-третьих, это *эффект проблемно-событийной осцилляции*. Он выражается в эпизодических событийных и ситуативных «прорывах» проблематизма приватной публичности с последующей обратной реакцией. Хотя чаще всего содержание события не носит политической окрашенности, ограничиваясь темами коммунальных проблем, экологии, здоровья и т.п. Но даже в случае политического проблематизма осцилляция осуществляется в границах «курса».

В-четвертых, это *эффект роста удельного веса информационных альтернатив*, который касается частного сегмента публичного пространства. Главной такой альтернативой, отличной, к примеру, от слухов институциональной и технической «оформленностью» и эффективностью, является Интернет.

Основной функцией системы построения региональной медийной модели является создание условий для развития той или иной медиапродукции на основе обеспечения успешных коммерческих результатов. Идеологию они порой приносят в жертву прибыльности. Региональное телевидение представляет собой некий обособленный институт, зависящий либо от властей, либо от капитала. Успех и журналистов, и редак-

торов, и органов информации в глазах аудитории во многом определялся той степенью свободы, которую они могли себе позволить в условиях безраздельного господства официальной идеологии.

В заключение можно сказать, что существует главное отличие конструирования социально-политических проблем средствами массовой информации двух локально-уровневых сегментов – федерального и регионального. На первом безраздельно доминирует идеология; на этом уровне публичность как бы делегирует власти право и возможность решения системных проблем. На региональном же уровне преобладают такие источники самопрезентации, как наличные интересы и наличная расстановка сил акторов поля публичности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гумилев Л.Н. Этногенез и биосфера Земли. Гл. 6: Пассионарность в этногенезе. М.: АСТ, 2002.
2. Адорно Т. Типы и синдромы: методологический подход (фрагменты из «Авторитарной личности») // СоцИС. 1993. № 3. С. 75–85.
3. Луман Н. Дифференциация: Пер. с нем. М.: Логос, 2006. 320 с.
4. Луман Н. Тавтология и парадокс в самоописаниях современного общества / Пер. с нем. и публ. А.Ф. Филиппова // Социологос. М.: Прогресс, 1991. Вып. 1. С. 194–216.

Статья представлена научной редакцией «Философия, социология, политология» 4 марта 2010 г.