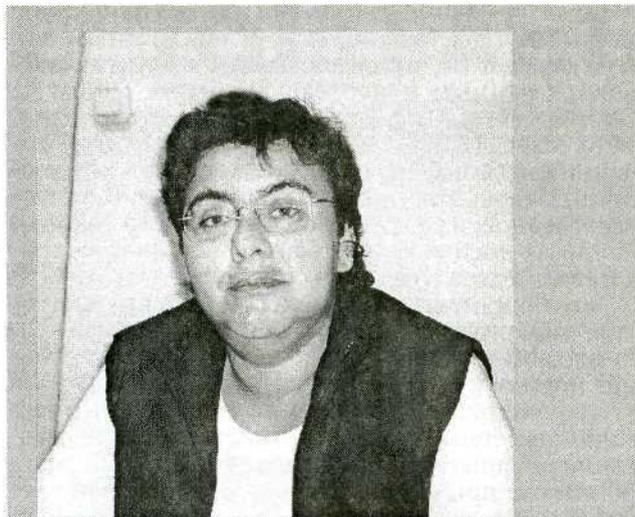


«ПРАВДА» VERSUS «ВЕЖЕСТВО»: СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА ОДНИХ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ДЕБАТОВ



Трахтенберг Анна Давидовна – кандидат политических наук, старший научный сотрудник Института философии и права УрО РАН

Социокультурная специфика аудитории отечественных средств массовой информации изучена далеко не в полной мере. Отчасти это объясняется тем, что исследования телеаудитории, как правило, проводятся по заказу медийных организаций, которые больше интересуются объемом и структурой предпочтений аудитории, чем ее социокультурной спецификой. Между тем, этот вопрос представляет значительный интерес. В какой мере аудитория постсоветского телевидения сохранила ментальные установки советских зрителей? Традиционны ли эти установки для отечественной культуры или же под влиянием такого мощного модернизирующего агента, которым является телевидение, они подверглись изменениям и сблизилась с установками глобальной аудитории (если таковая существует)?

Чтобы ответить на эти вопросы, необходимо провести целый комплекс количественных и качественных исследований. Мы ограничимся некоторыми соображениями, порожденными анализом реакции зрителей на предвыборные телевизионные дебаты между известным екатеринбургским журналистом И. Шереметом, создателем и ведущим информационной программы «9 1/2» и не менее известным политиком А. Баковым, прославившимся многочисленными популистскими акциями.

Эти дебаты состоялись в сентябре 2003 г. за

неделю до завершения избирательной кампании по выборам губернатора Свердловской области и, по мнению екатеринбуржцев, стали одним из самых ярких событий этой кампании. Они прошли на телекомпании «ОблТВ», и, хотя длились не более получаса, вызвали огромный интерес аудитории. Рейтинг передачи составил 16,3%, что следует считать очень хорошим результатом, хотя только 6,4% зрителей смотрели теледебаты от начала и до конца; остальные посмотрели их только частично.

Социологический опрос был проведен в г. Екатеринбурге 2 сентября 2003 года «Центром мониторинга и стратегических экспертиз»; объем выборки – 1083 человека. Опрос проводился маршрутным поквартирным способом, методом стандартизированного интервью *face-to-face*. Маршрут определялся по списку избирательных участков города, отбор респондентов проводился методом «последнего дня рождения». Дебаты породили мощный шлейф и еще в течение недели активно обсуждались на городских Интернет-форумах.

Остроту дебатам придавал тот факт, что И. Шеремет, будучи активным сторонником действующего губернатора Э. Росселя, неоднократно и в очень резкой форме нападал на А. Бакова, являвшегося кандидатом в губернаторы Свердловской области. Если учесть, что А. Бакову, хотя и с очень сильным отставанием от Э. Росселя, удалось выйти во второй тур выборов (В первом туре Э. Россель набрал 42,85%, а А. Баков – 14,43% голосов избирателей; «против всех» проголосовали 12,7% избирателей, причем, в Екатеринбурге эта цифра была заметно выше), станет очевидно, что и тот, и другой участник теледебатов имело немало как явных сторонников, так и явных противников.

Поэтому не вызывает удивления, что мнения горожан о том, кто – А. Баков или И. Шеремет – выступал более убедительно и выиграл теледебаты, распределились почти поровну: 29,4% опрошенных считали, что в дебатах победил А. Баков; 30,5% опрошенных думали, что победителем является И. Шеремет; 26,6% опрошенных, т.е. каждый четвертый, заявили, что им не понравились оба участника и они оба выступали неубедительно (13,5% затруднились ответить на данный вопрос).

Оценка опрошенными результатом теледебатов зависела, прежде всего, от типа их политической ориентации, т.е. от того, за какого кандидата они были намерены голосовать на выборах губернатора Свердловской области (см. Таблицу 1).

Как видим, наибольший эффект выступление А. Бакова оказало на тех, кто уже и так склонялся в его пользу. В то же время, большинство сторонников Э.Э. Росселя полагали, что дебаты выиграл И.

Шеремет. При этом избиратели, намеренные голосовать «против всех», были убеждены, что оба участника выступали неубедительно, хотя и отдавали И. Шеремету предпочтение перед А. Баковым.

Данные результаты не вызывают удивления и полностью соответствуют классическому положению П. Лазерсфельда о том, что СМИ, в основном, осуществляют не переубеждение, а закрепление уже сложившихся у избирателей до контакта с ними предпочтений либо актуализацию латентных предпочтений. Последний процесс Лазерсфельд называл «кристаллизацией»: воздействие СМИ изначально ограничено собственными установками членов аудитории, определявшими активный и избирательный характер их восприятия (См.: Lazarsfeld P. et al. *The People's Choice. How the Voter Makes Up his Mind in a Presidential Campaign*. N.Y., 1948.).

Таким образом, характер воздействия СМИ на екатеринбургскую телеаудиторию оказался вполне стандартным, и ни о какой социокультурной специфике в данном случае не могло быть и речи.

Однако когда респондентов попросили ответить на вопрос о том, почему они считают, что один из участников выступал убедительнее, чем другой, сразу же выявились очень интересные тенденции. (Данный вопрос был открытым, т.е. респонденты отвечали на него самостоятельно).

Те респонденты, которые уверены в победе А. Бакова, оценивали, прежде всего, то, как он вел себя в ходе дебатов. По мнению представителей этой группы, А. Баков был интеллигентнее, менее агрессивен, говорил более логично, и при этом «спокойно отражал все нападки Шеремета» и «даже бровью не вел в ответ на его оскорбления». На это указали 48,0% опрошенных в группе. Тем, кто считал, что победил А.Баков, не нравилось, как вел себя А. Шеремет (15,3%): они называли его «невыдержанным крикуном» и утверждали, что его «слушать невозможно».

Респонденты, уверенные в победе И. Шеремета, основывали свою уверенность на том, что «Шеремет всегда говорит правду» (Только 7,7% в группе тех, кто был уверен в победе А. Бакова, утверждали, Баков – это «голос правды»). Они подчеркивали, что Шеремет «задавал прямые вопросы», на которые А. Баков не сумел ответить (на это указали 29,9% опрошенных). 16,6% опрошенных полностью разделяли ту оценку, которую давал А. Бакову И. Шеремет в своей передаче (они были убеждены, что А.Баков и не мог победить, т.к. он – «тупой и жирный», «дурак» и т.п.). Только 9,9% опрошенных основывали свою оценку на манере поведения И. Шеремета в ходе теледебатов. Они отмечали его «напор» и то, что «он был более спокоен».

Любопытно, что 9,2% опрошенных были убеждены, что Шеремет победил только потому, что А. Бакова просто «задавили» и «Шеремет не давал ему и слова сказать».

Таким образом, сторонники А. Бакова обращали внимание, прежде всего, на его манеру поведения, а сторонники И. Шеремета – на то, что он говорил, причем, до определенной степени воспроизводили даваемые им оценки А. Бакова. Иными словами, оценка участников теледебатов осуществлялась по двум, практически, не совпадающим критериям.

Таблица 1. Оценка результатов теледебатов в зависимости от типа политической ориентации

Считают, что более убедительно выступил...	Сторонники		«Против всех»
	Э.Э. Росселя	А.А. Бакова	
1. А. Баков	18,2	92,3	13,5
2. И. Шеремет	47,0	7,7	24,3
3. оба участника выступили неубедительно	21,2	-	45,9
4. затруднились ответить	13,6	-	16,2

Для одних зрителей главным критерием была «правда», которая понималась вполне традиционно. Как известно, в отечественной культурной традиции дискурс «правды» не предполагает ни поиска, ни эмпирических процедур по ее верификации, ни, тем более, дискуссии или диспута: он не «зависит от документального и легалистического подтверждения, и более связан с интуитивным, невысказанным и непредсказуемым» (Бойм С. *Общие места: Мифология повседневной жизни*. М., 2002. С.123). И. Шеремет убеждал своих сторонников своим поведением, которое воспринималось как предельно искреннее и непосредственное, в то время, как вежливость Бакова в их глазах носила искусственный характер, и свидетельствовала о его лживости.

Другие зрители использовали прямо противоположный критерий. Для них главным была «интеллигентность» А. Бакова, его настойчивое следование нормам культурного поведения. Для описания этого критерия скорее подошел бы старинный термин «вежество», который «относится... до образования внешнего, до светского обращения, знания обычаев и приличий» (Даль В.И. *Толковый словарь русского языка*).

Характерно, что те, кому не понравились ни А. Баков, ни И. Шеремет, определяли теледебаты как «низкопошибный базарный торг», где оба участника орали, кричали и «позорили» друг друга, т.е. также обвиняли обоих участников в недостатке «знания обычаев и приличий».

Интерес к форме дебатов, а не к их содержанию можно считать проявлением более модернизированного и «телевизионного» сознания. Те, кто проявлял такого рода интерес, демонстрировали, прежде всего, свою культурную компетентность: они знали, как должны быть правильно организованы теледебаты. Если воспользоваться формулировкой известного теоретика речевого общения Е. Шеглова, они ожидали, что «обеспечив производство узнаваемой первой части парного высказывания, говорящий должен при первой же возможности для ее завершения остановиться, а другой говорящий должен начать производство второй части парного высказывания, ориентируясь на парный тип, к которому узнаваемо принадлежит первая часть» (Schegloff E., Sacks H. *Opening up closing. / Semiotica*, v. 7, 1973. – P. 295-296.). Нарушение этих правил воспринималось участниками как «невежество», тем более нетерпимое, что его демонстрировал тележурналист, и вызывало резко негативную реакцию.

Таким образом, восприятие зрителями теледебатов опиралось на сложную смесь традиционных и современных культурных установок. Этот небольшой пример убедительно показывает, насколько специфична аудитория отечественных СМИ, и как важно учитывать эту специфику в процессе воздействия на данную аудиторию.