

# МЕСТНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ, ВЛАСТЬ, НАСЕЛЕНИЕ: ИНФОРМАЦИОННАЯ ОТКРЫТОСТЬ КАК ОСНОВА СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА

## РАЗДЕЛ 1. АНАЛИЗ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ МЕЖДУ ОРГАНАМИ МЕСТНОЙ ВЛАСТИ И

### МЕСТНЫМ ТЕЛЕВИДЕНИЕМ В МАЛЫХ И СРЕДНИХ ГОРОДАХ РОССИИ (НЕКОТОРЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ)

#### МЕСТНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ В ТРЕХ ЗЕРКАЛАХ

##### Зеркало первое: что думают о местном телевидении "отцы города"

В ходе исследования была поставлена задача получить данные о том, как оценивают деятельность местного телевидения руководители местного самоуправления и другие представители властных структур. Ниже представлены результаты соответствующих опросов. Так, определяя иерархию задач, которые должно решать местное телевидение, опрошенные руководители поставили на первые места такие задачи, как анализ происходящих событий, поиск путей решения проблем, информирование о происходящих событиях, отражение разнообразия мнений и настроений горожан, отражение их жизни, оказание помощи людям в трудных ситуациях и т.д. (табл. 5). Вряд ли кого-то удивит этот порядок. Понятно, что любой руководитель хотел бы видеть в местном телевидении нечто вроде дополнительной информационно-аналитической службы, а также отдела по работе с общественностью, но никак не контролера и критика своих действий.

Любопытно, что по первым двум позициям мнение руководителей высшего и среднего звена совпадает, хотя дальше начинаются некоторые расхождения. Нет особой разницы во взглядах на задачи местного телевидения руководителей больших, средних и малых городов.

Особый интерес вызывает расхождение в представлениях о задачах местного телевидения у руководителей, которые пребывают в этой должности несколько лет, и у тех, кто только занял высокую должность. Те, кто занимает ответственную должность свыше четырех лет, полагают, что местное телевидение должно анализировать происходящие события, искать пути решения проблем, а те, у кого стаж руководящей работы не превышает трех лет, делают акцент на необходимости информировать о происходящих событиях, отражать разнообразие мнений, настроений.

##### Таблица 5

##### Мнение руководителей об иерархии задач, которые должно решать местное телевидение (ранги)

Задачи	Ранги
Анализировать происходящие события, искать пути решения проблем	1
Информировать о происходящих событиях, отражать разнообразие мнений, настроений	2
Отражать жизнь простых горожан, оказывать людям помощь в конкретных жизненных ситуациях	3
Организовывать людей для достижения общих целей	4
Формировать у людей определенные политические взгляды, побуждать к активным общественным действиям	5
Давать практическую информацию, справки, советы и т.д.	6
Содействовать взаимопониманию людей, разрешать споры	7
Контролировать действия хозяйственных и политических структур	8
Давать возможность весело и приятно провести время	9

Критиковать действия властей, отдельных людей и групп населения, полемизировать с другими изданиями	10
---	----

Что касается региональных различий, то они проявляются достаточно отчетливо. Разумеется, первая позиция совпадает и тут, однако дальше начинаются расхождения. Например, мэры сибирских городов поставили на второе место задачу оражать жизнь простых горожан, оказывать людям помощь в конкретных жизненных ситуациях, а у руководителей малых городов Центра России этой задаче присвоен лишь 8-й ранговый номер. Зато руководители городов Центра дали высокую оценку такой задаче, как содействовать взаимопониманию людей, разрешать споры, которая у мэров городов Поволжья, Северо-Запада и Сибири получила 9-8 ранговые места. Что касается тематики, которая должна получить приоритетное освещение на местном телевидении, то, по мнению городских руководителей, она должна иметь следующий вид (табл. 6).

### Таблица 6

**Темы, которые, по мнению руководителей, должны находиться в центре внимания местного телевидения (ранги)**

Темы	Ранги
Экономическая ситуация в городе, работа предприятий промышленности	1
Деятельность местных органов власти, суда, прокуратуры	2
Состояние городского хозяйства (торговля, бытовое обслуживание, снабжение, транспорт)	3
Освещение повседневной жизни горожан	4
Культура, образование, искусство, краеведение, история	5
Экологическая проблематика (состояние и охрана окружающей среды)	6
Здравоохранение, социальное обеспечение, семья, дом, быт и др.	7
Деятельность партий, движений, союзов, общественных организаций	8
Происшествия, преступления, охрана порядка, работа милиции	9
Художественные произведения, юмористические, развлекательные материалы	10
Спорт и физкультура	11

Более глубокий анализ показывает, что в зависимости от должностного статуса, стажа руководящей деятельности и других параметров возникают определенные различия. Особенно резкие различия связаны с региональной спецификой. Хотя общая логика отношений сохраняется.

У опрошенных руководителей есть свое мнение и по поводу того, как именно местное телевидение должно освещать и оценивать события и явления. По мнению большинства опрошенных, оно должно предоставлять возможность высказаться представителям различных точек зрения, Несколько меньшее количество сторонников набрала точка зрения, согласно которой телевидение должно давать факты и только факты. Затем идет позиция, согласно которой телевидение должно прежде всего излагать позицию руководства города, и лишь 13 процентов опрошенных руководителей высказались за то, чтобы журналисты предлагали зрителям собственную оценку происходящего (табл. 7).

### Таблица 7

**Мнения руководителей том, каким образом местное телевидение должно освещать и оценивать события, происходящие в городе (в % к числу опрошенных)**

Способ освещения и оценки	%
Предоставлять возможность высказаться представителям различных точек зрения	86,9
Предлагать факты и только факты	51,9
Излагать позицию руководства города	38,9
Предлагать зрителям собственную оценку происходящего	13,0

Эта позиция практически не зависит от уровня должности, стажа руководящей работы и других особенностей опрошенных руководителей городов. Пожалуй, только размер города влияет на позицию: чем меньше город, тем меньше у его руководителя желания излагать в СМИ свою позицию.

Оценивая формы взаимоотношений руководства города с сотрудниками местного телевидения, опрошенные руководители вынесли на первые места такие позиции, как: регулярные выступления руководителей города в СМИ, высказывание своей позиции; пресс-конференции, информационные беседы журналистов с руководителями города; регулярные контакты журналистов со специалистами городской администрации. Что касается таких форм взаимоотношений, как присутствие представителей СМИ на собраниях, совещаниях у руководства города, то этого, по мнению опрошенных руководителей, даже больше, чем нужно (табл. 8).

**Таблица 8**

**Соотношение важных и реализуемых форм взаимоотношений руководства города с сотрудниками местного телевидения (в % к числу опрошенных)**

Формы взаимоотношений	Важные	Реализуются
Регулярные выступления руководителей города в СМИ, высказывание своей позиции	72,7	61,8
Пресс-конференции, информационные беседы журналистов с руководителями города	70,9	70,9
Регулярные контакты журналистов со специалистами городской администрации	61,8	58,2
Присутствие представителей СМИ на собраниях, совещаниях у руководства города	43,6	52,7
Руководство города и СМИ совместно должны добиваться решения проблем, поднятых СМИ	41,8	18,2
Организация и проведение совместных массовых мероприятий (круглых столов, дней открытого письма, читательских конференций и т.д.)	36,4	16,4
Организация и проведение социологических исследований, изучение общественного мнения, состава и интересов аудитории и т.п.	30,9	9,1
Личные, неформальные контакты, беседы журналистов с работниками городской администрации	21,8	20,0
Город должен помогать СМИ в решении экономических вопросов (финансирование, закупка техники и т.д.)	18,2	12,7
Представители города должны обсуждать с журналистами критические, проблемные выступления	27,3	9,1
Проведение совместных информационных акций города и СМИ	16,4	10,9

Город должен содействовать СМИ в повышении квалификации журналистских кадров (помощь в организации семинаров, финансировании обучающих поездок, приглашении преподавателей и специалистов и т.д.)	12,7	3,6
Приглашение представителей администрации города на планерки, летучки в редакции СМИ	10,9	3,6
Город должен помогать СМИ в решении социальных вопросов (жилье, отдых, трудоустройство и пр.)	9,1	1,8
Город должен помогать СМИ в организации коммерческой деятельности	0	1,8
Город должен активнее использовать СМИ для размещения рекламы и помогать СМИ в привлечении рекламодателей	5,5	3,6

В ходе анализа отмечено влияние различных характеристик руководителей на их мнение по поводу важности различных форм взаимоотношений руководства города и тележурналистов. В частности, влияние должностного статуса проявляется в том, что первые руководители выше, чем их подчиненные, оценивают личные, неформальные контакты, беседы журналистов с работниками городской администрации, в то время как руководители второго эшелона большее внимание придают организации и проведению социологических исследований, изучению общественного мнения, состава и интересов аудитории и т.п. По их мнению, город должен помогать СМИ в решении экономических вопросов, содействовать СМИ в повышении квалификации журналистских кадров.

По мнению опрошенных руководителей, возникновение конфликтов между администрацией города и тележурналистами чаще всего связано с тем, что журналист плохо знает то, о чем он рассказывает, не знаком со спецификой деятельности городских структур, функциональных обязанностей того или иного должностного лица. Вызывает недовольство то, что критический материал строится на перечислении недостатков без анализа причин, не содержит конструктивных предложений. По мнению опрошенных, журналисты часто искажают положение дел, допускают фактические ошибки и тем вызывают справедливую критику должностного лица. Значительная часть опрошенных руководителей полагает, что журналист идет на поводу у своих личных пристрастий, что приводит к смещению акцентов и оценок и вызывает нарекания со стороны администрации города (табл. 9).

**Таблица 9**

**Ошибки журналистов местного телевидения, которые чаще всего приводят к возникновению конфликтных ситуаций (в % к числу опрошенных)**

Ошибки	%
Недостаточное знание журналистом предмета, специфики деятельности городских структур, функциональных обязанностей того или иного должностного лица	66,0
Критический материал строится на перечислении недостатков без анализа причин, не содержит конструктивных предложений, что вызывает недовольство критикуемых	56,6
Журналист исказил положение дел, допустил ошибку и тем вызвал справедливую критику должностного лица	54,7

Журналист идет на поводу у своих личных пристрастий, что приводит к смещению акцентов и оценок и вызывает нарекания со стороны администрации города	39,6
Критический материал имеет чересчур резкий характер, преувеличивает недостатки и потому вызывает негативную реакцию	22,6
Недостаточно корректное поведение журналистов	11,3
Журналист нарушает обещание не сообщать об информации, которая не предназначалась для обнародования	7,5
Другое (журналист, нарушая закон и этику, преследует цель опорочить интересы одних групп в угоду другим за вознаграждение; журналист предает огласке факты, которые руководители не хотели бы обнародовать)	5,7

Для того, чтобы установить бесконфликтные взаимоотношения журналистов местного телевидения и руководства города, помочь совместному решению задач, по мнению опрошенных руководителей необходимо, чтобы журналисты хорошо знали специфику деятельности и структуру администрации города, функции должностных лиц и степень их компетентности в тех или иных вопросах; проверяли полученную от должностного лица информацию, получали согласие на ее публикацию или ставили в известность о ее публикации; а работники администрации города должны предоставлять журналистам доступ к информации, кроме случаев, предусмотренных Российским законодательством (табл. 10).

**Таблица 10**

**Меры, способствующие установлению бесконфликтных взаимоотношений журналистов местного телевидения и руководства города, совместному решению задач**

(в % к числу опрошенных)

Меры	%
Журналист должен хорошо знать специфику деятельности, структуру администрации города	70,4
Работники администрации города должны предоставлять журналистам доступ к информации, кроме случаев, предусмотренных Российским законодательством	64,8
Журналист должен проверять полученную от должностного лица информацию, получать согласие на ее публикацию или ставить в известность о ее публикации	51,9
Журналист должен хорошо знать функции должностных лиц и степень их компетентности в тех или иных вопросах	42,6
Работники администрации города должны поддерживать авторитет СМИ, заботиться о действенности выступлений	38,9

Что касается вопроса о формах информационной поддержки местным телевидением деятельности руководства города, то большинство опрошенных хотело бы видеть в сетке вещания специальные программы или циклы передач, посвященные деятельности администрации (табл. 11).

**Таблица 11**

**Наилучшие формы информационной поддержки местным телевидением деятельности руководства города**

(в % к числу ответивших)

Формы информационной поддержки	%

Деятельность администрации города должна отражаться во всех передачах местного телевидения	43,5
Для освещения проблем города необходимо ввести в сетку вещания городского телевидения специальный цикл передач	56,4

Таким образом, можно констатировать, что при всех индивидуальных различиях в возрасте, образовании, жизненном опыте руководители местных администраций рассматривают телевидение как дополнительный инструмент анализа ситуаций и влияния на граждан. По их мнению местное телевидение должно анализировать повседневную жизнь горожан, экономическую ситуацию в городе и работу предприятий, а также происшествия, преступления и др; побуждать граждан к определенным действиям телевидение должно в сфере политики, городского хозяйства, культуры, образования и искусства; контролировать действия властей можно исключительно в сфере экологии, культуры, образования и искусства; организовывать людей на различные действия телевидение должно в сфере опять же культуры, образования и искусства; а отражать разнообразие мнений и настроений надо в области повседневной жизни, экологической проблематики, состояния городского хозяйства (торговля, бытовое обслуживание, снабжение, транспорт) и др.