

Особенности формирования местной повестки дня в печатных СМИ городов-миллионников

Научный руководитель – Свитич Луиза Григорьевна

Новак Анастасия Андреевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: no.a.a@bk.ru

Двадцатилетие постсоветского развития существенно изменило политический и информационный ландшафт России. Сформировалась в принципиальных чертах многопартийная система, появились представительные учреждения, отстроились вертикаль исполнительной власти, продолжается реформа судебной системы. Во всех этих процессах большую роль играют средства массовой коммуникации и информации. Не должен обманывать тот факт, что многие СМИ сохранили советские названия, потому что на самом деле и ландшафт СМИ, и методы их работы, и мотивация (как индивидуальная, так и корпоративная) информационной деятельности в корне изменились. Следовательно, переформатировались факторы, акторы влияния и степень их воздействия на содержание СМИ, видоизменился процесс формирования «повестки дня». Масса скандалов, связанных со СМИ, а также стимулируемые отчасти и прессой периодические изменения на идеологическом и финансовом рынке свидетельствуют, что процесс реформирования в этой области еще далек от завершения. Изменения происходят медленно, трудно, с большими издержками. Тем более важно исследовать, как именно формируется региональная повестка дня, каковы ее специфические черты, зависящие преимущественно от территориального признака. Среди них, безусловно, наиболее существенными является политическое влияние (влияние властей), вторым по значимости - экономическое влияние (отношения с бизнес-элитами), третьим - деятельность некоммерческих организаций, а четвертым - структуры гражданского общества. В зависимости от степени влияния каждого из факторов региональное СМИ может играть различные роли как для аудитории, так и акторов влияния, аккумулируя удовлетворяющее их содержание. При этом в зависимости от степени влияния каждого из акторов, СМИ может исполнять сразу несколько медиаролей, связанных с ожиданиями основных авторов. Например, для политического влияния характерны роли газеты как независимого источника информации, официального рупора политической силы или участника политического процесса.

В рамках диссертационного исследования автор проанализировал восемь общественно-политических газет с радными учредителями - по две из четырех городов-миллионников. В Казани были выбраны «Казанские ведомости» (учредитель ОАО «Татмедиа») и «Республика Татарстан» (учредитель правительство и парламент республики). В Новосибирске в выборку попали «Новая Сибирь» (учредитель ООО «Новая Сибирь») и «Советская Сибирь» (учредитель администрация Новосибирской области, Областной совет депутатов и Государственное автономное учреждение Новосибирской области «Издательский дом «Советская Сибирь»). В Ростове-на-Дону исследованы «Газета Дона» (учредитель ООО «Газеты Провинции») и «Молот» (учредители Администрация Ростовской области и коллектив редакции газеты «Молот»). В Воронеже были выбраны газеты «Коммуна» (учредитель: ООО «Редакция газеты «Коммуна») и «Берег» (учредитель: Управление делами Воронежской области).

Автором изучены как количественные особенности (объем, расположение на полосе, частота появления текстов по той или иной тематике), так и качественные (содержание тематики, проблематики газет, степень аналитичности, направленность и др. характеристики, оценки, мнения журналистов, экспертов и акторов) за период с августа по октябрь 2015 года включительно. Исходя из полученных данных, можно утверждать, что региональные СМИ демонстрируют зависимость от различных групп влияния, в соответствии с указанной выше иерархией. В темах, поднимаемых в издании, субъектах мнения, а также тональности по отношению к героям публикаций в значительной степени отражается участие политических и экономических структур в подготовке публикаций. Данные темы занимают не менее 40% от общего количества материалов в газетах. Примечательно, что материалы с тематикой развлечений и стиля жизни занимают почти такое же количество - в среднем 36%.

Стремление к самостоятельному выживанию на медиарынке, к сохранению тиража и поднятию рейтинга издания приводят к минимизации творчества, упрощению стиля, жанра, уходу от аналитики. Обезличивается образ профессионала в конкретной области, особенно среди журналистов нового, молодого поколения. Приоритетной функцией журналистики становится информационно-развлекательная, не решающая злободневных проблем на своих страницах. Механизм писем в редакцию постепенно становится атавизмом и скорее представляет формат «жалоб без предложений» и не является полем для дискуссий. Формат издания, как и «желтоватое» его содержание, меняется в пользу массовой журналистики, скатывается до таблоидного, с увеличением количества полос, используемых для рекламы и программы передач, но не журналистских статей.

Контент материалов СМИ заметно отражает определенные позиции региональной власти. Как правило, материалы, связанные с деятельностью первых лиц региона и государства, а также крупного бизнеса, занимают первые полосы региональных газет, а интересы граждан зачастую представлены в ограниченном наборе тем.

Полноценная реализация всех функций универсального местного издания возможна лишь в том случае, если газета отвечает на социальный заказ, на вызовы времени. Применительно к сегодняшнему дню редакция в каждом выпуске должна профессионально решать следующие задачи: грамотно формулировать информационную «повестку дня», быть посредником между властью и обществом, обеспечивать сотрудничество через информационный обмен и профессиональный диалог, консолидировать людей вокруг общих целей и ценностей, транслировать положительный опыт, быть инструментом формирования, по выражению Ортега-и-Гассета, «коллективной программы будущего», плана совместного участия в общем замысле, а также выступать надежным источником информации и средством передачи исторического наследия. В таком случае у газет появляется не просто новый формат существования, но и все шансы стать перспективным источником информации, диктующим тенденции в своем регионе.

Источники и литература

- 1) Дзялошинский И. М.. СМИ, власть и гражданское общество в регионе.- М.: Пульс, 2002.
- 2) Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Установление повестки дня: теория и технологии. Издание 2-е, переработанное и дополненное. – Екатеринбург: Издательский дом «Дискурс-Пи», 2005.
- 3) Мурзин Д.А. Эффективные модели региональной и муниципальной прессы. Том 1. Содержательная модель издания. – М. Издательский дом «Хроникер». 2008.

- 4) Проблематика СМИ: информационная повестка дня. Учебное пособие для студентов вузов. Под ред. Шкондина М.В., Вычуба Г.С., Фроловой Т.И. - М.: Аспект Пресс, 2008.
- 5) Российская периодическая печать: состояние, тенденции, перспективы развития. Доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, 2016