

Особенности формирования экономической повестки региональных СМИ в зависимости от уровня дохода населения

Научный руководитель – Вихрова Ольга Юрьевна

Пирахмедова Кристина Александровна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия
E-mail: ipirahmedova@gmail.com

Региональные СМИ играют заметную роль в повседневной и профессиональной жизни местного населения, так как медиа могут быть единственным достоверным и доступным жителям источником локальных новостей и нормативных актов областных органов власти. Особенное значение обретает информирование жителей о финансово-экономическом состоянии их региона, ведь осведомленность о происходящем на уровне власти и населения, а также общее финансовое образование граждан помогают развитию субъекта. Поэтому в нашей работе предметом изучения стали особенности экономической повестки, определяемой региональными СМИ.

Цель исследования - понять, меняются ли спектр тем и полнота освещения событий в региональных СМИ в зависимости от уровня дохода населения субъекта. Для этого было необходимо изучить медиаконтент и провести сопоставительный анализ.

Основываясь на актуальных данных Росстата, мы отобрали максимально контрастные по среднемесячным зарплатам населения за 2020 год регионы: Чукотский и Ямало-Ненецкий автономные округа, Магаданская область против Ивановской области, Чеченской республики и Алтайского края. Для анализа были взяты по два для каждого субъекта региональных неспециализированных СМИ. Медиа должны отвечать следующим критериям: быть включенными в рейтинг «Медиалогии» «ТОП-10 самых цитируемых СМИ регионов», иметь раздел «Экономика» или «Бизнес» и систематически, без длительных перерывов (не более недели) выкладывать релевантные материалы. В итоге, были выбраны газеты «Крайний север», «Красный Север», «Магаданская правда», «Ивановская газета», «Вести Республики», «Алтайская правда» и информационные агентства «Чукотка», «Север-Пресс», КОЛЫМА.RU, KSTATI.NEWS, «Грозный-Информ», «Амител». Объектом исследования стали 2024 материала, опубликованных на сайтах этих СМИ за последний квартал 2020 года.

Проведенное исследование на основании контент-анализа показывает, что публикации рекламного характера и не соответствующие финансово-экономической тематике материалы присутствуют во всех регионах, независимо от уровня дохода местного населения, и почти во всех СМИ, независимо от качества издания: 4% рекламы и 7% нерелевантных статей от количества всех публикаций в СМИ регионов с самым высоким уровнем дохода жителей; 1% рекламы и 9% неподходящих материалов у СМИ противоположной группы. Лишь у одного медиа от каждой группы было 100% только уместных журналистских статей. В сумме по всем регионам скрытая реклама превалирует над материалами PR-характера, соответствующими требованиям размещения (91% и 9% соответственно). Полученные данные подтверждают утверждение, что областные издания теряют аудиторию и выживают за счет «джинсы» [4].

Тематическая разбивка проанализированных материалов выглядит примерно одинаково у обеих групп субъектов. Так, независимо от социально-экономического состояния

субъекта, все СМИ уделяют мало внимания (3% и 4,5%) повседневной экономической деятельности людей (ИИС, личные траты, кредиты, налоги физических лиц, мероприятия для финансового просвещения жителей и т.д.), предпочитая освещать события, не относящиеся напрямую к населению и не влияющие на повышение его финансовой грамотности. Региональные СМИ не поднимают проблемы планирования личного бюджета, закредитованности, не подталкивают жителей и власть к их обсуждению. То есть областные медиа не используют свое влияние за счет погруженности в местные вопросы и приближенности к аудитории, чтобы повысить уровень финансового образования жителей.

Следует заметить, что экономике и бизнесу в регионе посвящено около одной пятой всех материалов финансово-экономической тематики в СМИ обеих групп субъектов. Однако это не говорит о заинтересованности региональной журналистики в финансовом просвещении жителей. Большая часть попавших в эти блоки новостей - это факты и статистические данные без объяснения причинно-следственных связей или результаты деятельности власти, никак не влияющие на благосостояние и трудоустройство местного населения. Несмотря на то, что все медиа писали о мероприятиях для предпринимателей (мастер-классы, лекции, конкурсы), в большинстве случаев информация преподносилась постфактум, а не в качестве анонсов. То есть СМИ не позволяют читателям быть в курсе актуальных финансово-экономических событий региона.

Однако выявились и различия в расстановке приоритетов. СМИ регионов с высокими доходами реже фокусируются на федеральной повестке (10% против 25% у второй группы), отдавая предпочтение местным событиям. О большей заинтересованности во внутренних производственных процессах и проблемах инфраструктуры экономики СМИ субъектов с высокими зарплатами свидетельствует и процент (44% против 22%) материалов, посвященных состоянию местных отраслей. Таким образом, СМИ регионов, экономически менее развитых, не считают нужным уделять этой области достаточно внимания.

Обобщая полученные результаты исследования, мы можем сделать вывод, что формирование экономической повестки региональных СМИ в зависимости от уровня дохода населения отличается в освещении общероссийских событий, не касающихся конкретного субъекта: медиа регионов с более низкими доходами населения обращается к этой теме чаще, возможно, в ущерб освещению местных новостей. В то же время во всех рассмотренных субъектах существуют проблемы с распространением общедоступного финансового образования и злоупотреблением публикациями скрытой рекламы.

Источники и литература

- 1) Вихрова О.Ю. СМИ как инструмент повышения финансовой грамотности взрослого населения РФ // МедиаАльманах. 2018. №.2. С. 57–67.
- 2) Отраслевой доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям «Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития». М., 2020.
- 3) Отчет Федеральной службы государственной статистики «Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников по полному кругу организаций по субъектам Российской Федерации с 2019 года (по месяцам), рублей».
- 4) Отчет фонда «Медиастандарт» «Индекс развития медиасферы – 2018 . Динамика институционального развития средств массовой информации в субъектах РФ верхнего уровня в 2015–2018 гг.».
- 5) Рейтинг компании «Медиалогия» «ТОП-10 самых цитируемых СМИ регионов»: <http://www.mlg.ru/ratings/media/regional/>

Иллюстрации

Количество материалов разделов «Экономика» для каждого субъекта

Регион	СМИ	Материалы фин-эк тематики	Реклама		Нерелевантные фин-эк тематике материалы
			Соответствует требованиям размещения	«Джинса»	
Чукотский округ	Газета «Крайний север»	36 100%	0	0	0
	ИА «Чукотка»	74 98,7%	1 1,3%	0	0
	Сумма	99%	1%	0%	0%
Ямало- Ненецкий автономный округ	Газета «Красный Север»	81 97%	2 2%	1 1%	0
	ИА «Север- Пресс»	571 88%	0	17 2,5%	63 9,5%
	Сумма	89%	0,5%	2%	8,5%
Магаданская область	Газета «Магаданская правда»	73 94%	0	0	5 6%
	ИА КОЛЫМА.RU	81 79%	0	21 20%	1 1%
	Сумма	85%	0%	12%	3%
Ивановская область	Газета «Ивановская газета»	23 48%	5 10%	20 42%	0
	ИА KSTATI.NEWS	41 100%	0	0	0
	Сумма	72%	5,5%	22,5%	0%
Чеченская республика	Газета «Вести Республики»	87 87%	0	13 13%	0
	ИА «Грозный- Информ»	202 85%	0	35 15%	0
	Сумма	86%	0%	14%	0
Алтайский край	Газета «Алтайская правда»	234 98,5%	1 0,5%	0	2 1%
	ИА «Амител»	312 93%	3 1%	10 3%	9 3%
	Сумма	95,5%	0,5%	2%	2%

Рис. 1. Количество материалов разделов «Экономика» для каждого субъекта

Процентное соотношение материалов разделов «Экономика» для групп субъектов



Рис. 2. Количество материалов разделов «Экономика» для каждого субъекта

Тематическая разбивка материалов разделов «Экономика» для каждого субъекта

Регион	СМИ	Экономические показатели региона	Бизнес в регионе	Деятельность местных властей	Экономические преступления/происшествия в регионе	Личные финансы местных жителей	Отрасли	Региональное законодательство	Федеральное законодательство	Экономика в стране	Мир
Чукотский округ	Газета «Крайний север»	6 16%	14 39%	0	0	1 3%	14 39%	0	1 3%	0	0
	ИА «Чукотка»	22 30%	15 20%	0	0	2 3%	35 47%	0	0	0	0
	Сумма	25,5%	26%	0%	0%	3%	44,5%	0%	1%	0%	0%
Ямало-Ненецкий автономный округ	Газета «Красный Север»	19 23,5%	32 39,5%	0	0	3 4%	22 27%	0	4 5%	1 1%	0
	ИА «Север-Пресс»	69 12%	89 15,6%	33 5,5%	2 0,4%	20 3,5%	279 49%	4 0,7%	36 6,3%	39 7%	0
	Сумма	13,5%	19%	5%	0,3%	3,5%	46%	0,7%	6%	6%	0%
Магаданская область	Газета «Магаданская правда»	16 22%	11 15%	1 1,3%	0	4 6%	33 45%	1 1,3%	1 1,3%	6 8%	0
	ИА КОЛЫМА.RU	28 35%	17 21%	10 12%	0	1 1%	17 21%	3 4%	5 6%	0	0
	Сумма	29%	18%	7%	0%	3%	32%	3%	4%	4%	0%
Ивановская область	Газета «Ивановская газета»	4 17%	4 17%	0	2 9%	2 9%	9 39%	0	1 4,5%	1 4,5%	0
	ИА KSTATI.NEWS	11 27%	13 32%	1 2,5%	4 10%	2 5%	6 14%	3 7%	1 2,5%	0	0
	Сумма	23,5%	27%	1,5%	9%	6%	23,5%	5%	3%	1,5%	0%
Чеченская республика	Газета «Вести Республики»	21 24%	27 31%	4 5%	0	5 6%	16 18%	0	7 8%	7 8%	0
	ИА «Грозный-Информ»	44 22%	18 9%	11 5,5%	3 1,5%	12 6%	73 36%	1 0,5%	16 8%	21 10%	3 1,5%
	Сумма	22,5%	15,5%	5%	1%	6%	31%	0,5%	8%	9,5%	1%
Алтайский край	Газета «Алтайская правда»	56 24%	49 21%	8 3,5%	2 1%	12 5%	63 27%	6 2,5%	6 2,5%	28 12%	4 1,5%
	ИА «Амител»	59 19%	49 16%	8 2,5%	4 1%	7 2%	29 9%	4 1%	21 7%	117 37,5%	14 5%
	Сумма	21%	18%	3%	1%	3,5%	17%	2%	5%	26,5%	3%

Рис. 3. Тематическая разбивка материалов разделов «Экономика» для каждого субъекта

Тематическая разбивка материалов разделов «Экономика» для групп субъектов

	Экономические показатели региона	Бизнес в регионе	Деятельность местных властей	Экономические преступления / происшествия в регионе	Личные финансы местных жителей	Отрасли	Региональное законодательство	Федеральное законодательство	Экономика в стране	Мир
Регионы с самым высоким уровнем дохода населения за 2020 год	160 17,5%	178 19,3%	44 5%	2 0,2%	31 3%	400 44%	8 1%	47 5%	46 5%	0
Регионы с самым низким уровнем дохода населения за 2020 год	195 22%	160 18%	32 3,5%	15 1,5%	100 4,5%	196 22%	14 1,5%	52 6%	174 19%	21 2%

Рис. 4. Тематическая разбивка материалов разделов «Экономика» для групп субъектов

Экономико-финансовые темы, распределенные по блокам

(расшифровка таблиц 3 и 4)

- Экономические показатели региона: бюджет, инфляция, уровень безработицы, зарплаты, налоги, долги региона, экспорт и импорт, инвестпроекты, взаимоотношения с другими регионами, Федерацией;
- Бизнес в регионе: сделки, мероприятия для предпринимателей, конкурсы, льготы, гранты, меры поддержки, истории местных компаний и предпринимателей, налоги с точки зрения бизнеса, деятельность центров поддержки предпринимателей, самозанятость, вакансии, предоставляемые местными предприятиями;
- Деятельность местных властей: назначения, пресс-конференции без однозначной темы обсуждения, комментарии и мнения об экономике вообще, без конкретизации темы;
- Экономические преступления/происшествия в регионе: уголовные и административные преступления, казнокрадство, взяточничество, увольнения, мошенничество;
- Личные финансы местных жителей: инвестиции физических лиц, ИИС, траты, кредиты, ипотека, налоги физических лиц, мероприятия для экономического просвещения жителей, материалы на тему финансовой грамотности местного населения;
- Состояние отраслей в регионе: АПК, транспорт, строительство, ремонт, ЖКХ, производство, золото, нефть, энергетика, навигация, промыслы, инфраструктура;
- Региональное законодательство: заседания местной Думы, указы губернаторов, местного правительства, поправки в местных законах;
- Федеральное законодательство: новые законы федеральных министерств и ведомств;
- Экономика в стране: всероссийские экономические события, не относящиеся напрямую к региону, состояние экономики страны, новости, касающиеся всех россиянах;
- Мировые экономические новости.

Рис. 5. Расшифровка тематических блоков