

Секция «Журналистика»

Информационные поводы в региональной повестке общероссийских СМИ **Фокина Ольга Александровна**

Аспирант

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

E-mail: helga508@gmail.com

Содержание современных российских СМИ нередко становится объектом критики со стороны общества. Среди причин, обусловивших негативные оценки, выделяется искусственное сужение информационного пространства, ставшее результатом грубых диспропорций в распределении внимания к жизни различных регионов страны. Речь об изданиях, которые позиционируют себя как общероссийские. Сегодня вся «нестолычная» Россия испытывает состояние информационного «небытия», препятствующее созданию единого информационного пространства страны, замедляющее темпы ее развития и порождающее социально-психологический дискомфорт в обществе [1, 2].

Своеобразным «пропуском» в повестку дня СМИ является информационный повод [3]. В осуществленном нами исследовании региональной проблематики в общероссийских газетах изучению информационных поводов для публикаций была отведена особая роль. Что именно, какие конкретно события способны выдержать острую конкуренцию в борьбе за попадание в ограниченное публичное пространство, формируемое влиятельными медиа, какими до сих пор остаются наши главные газеты? С чем ассоциируется в сознании аудитории российская провинция? Ответы на эти вопросы могли бы дать достаточно точное представление об информационном взаимодействии центра и регионов, а также об установках столичных журналистов.

Исследование («Коммерсант», «Известия», более 200 текстов) показало, что круг таких поводов ограничен; в совокупности они значительно уступают поводам, легитимным для всех остальных текстов – и в количественном отношении, и в качественном разнообразии. Вместе с тем региональные инфоповоды «сильнее», и выделяются среди них чрезвычайные ситуации: природные и техногенные катастрофы, социальные катаклизмы (убийства, волнения, драматические истории), транспортные и иные происшествия [4]. Такие поводы-события являются мощным информационным импульсом, рождая адреса-символы («Кущевская», «Миасс», «Кондопога», «Саяно-Шушенская ГЭС», «Распадская», «пожары лета 2010 года»). Фактически они не оставляют журналистам выбора и не могут считаться свидетельством их сознательного внимания к жизни регионов. Это поводы, о которых можно сказать, что лучше оставаться забытыми, нежели оказываться в центре внимания с их «помощью».

Все остальные инфоповоды условно можно разделить на 2 группы: «внешние» (информационный повод создается федеральным центром) и «внутренние» (исходящая из регионов информация). «Внешние» инфоповоды и в «Коммерсанте», и в «Известиях» лежат в основе примерно 40% всей региональной повестки. В группу публикаций по «внешним» поводам попали тексты об инициативах федеральных властей в отношении регионов (в частности, о возвращении к выборам губернаторов), совещаниях и встречах президента и премьер-министра с руководителями главных ведомств страны по вопросам субъектов РФ, новые законопроекты и их обсуждение по линии Министерства реги-

онального развития. Сюда вошли сообщения о крупных промышленно-экономических, спортивных и имиджевых проектах («Сахалин-2», подготовка к саммиту АТЭС во Владивостоке и к Олимпиаде в Сочи), инициированных центром и реализуемых на территориях регионов. Таким образом, почти половина региональной повестки является таковой лишь отчасти и освещает жизнь провинции косвенно.

«Внутренние» инфоповоды создаются преимущественно местным управленческим аппаратом (перестановки на уровне местной власти; скандалы, связанные с преступлениями высоких должностных или подозрениями в причастности к ним; проведение политических или общественных акций; портреты региональных лидеров), реже - культурные мероприятия. «Скандалные» инфоповоды составляют примерно половину всех «внутренних»/исходящих сообщений. Инфоповодами-происшествиями почти не заинтересовались «Известия», но привлекли внимание «Коммерсанта» - избирательно: теракты и контртеррористические операции на Северном Кавказе. «Известия» традиционно продолжили тему крупных чиновников – региональных лидеров.

Подведем итоги. Региональные «внешние» и «внутренние» инфоповоды в общероссийских газетах из разных ниш однотипны, следовательно, сама региональная повестка дня предельно сужена. Тематический спектр материалов также небогат – основное внимание уделяется политическим рокировкам, активности центра в отношении регионов, поездкам первых лиц, редко – культуре. Вне конкуренции скандалы и происшествия. СМИ не находят возможностей (инфоповодов) для освещения реальной жизни, повседневности, труда и быта основных групп населения. Такая информация не скрывается, но остается недоступной. Ограниченность инфоповодов ведет к созданию искаженного образа российских территорий как криминального, внеправового, бесправного, дотируемого и управляемого центром пространства, где обитают склонные к девиациям и не способные к современным формам жизнеустройства маргиналы. Излишне говорить, что это не только глубоко ошибочный, но и стимулирующий социально опасные тенденции образ, препятствующий возникновению вертикальных и горизонтальных связей в стране и дезинтегрирующий российское общество.

Литература

1. Реснянская Л.Л., Фомичева И.Д. Газета для всей России. М., 1999.
2. Фомичева И.Д. Социология СМИ. М., 2007.
3. Черных А. Мир современных медиа. М., 2007.
4. Чрезвычайная ситуация на страницах газет: сенсация или социальная проблема? (по следам события) / Сост.и ред. Шайхитдинова С.К. Казань, 2002.

Слова благодарности

Автор выражает признательность кандидату филологических наук, доценту кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ им. Ломоносова Т.И. Фроловой за помощь в подготовке тезисов.