



Фокина Ольга Александровна

аспирант, кафедра периодической печати,
факультет журналистики,
Московский государственный университет
им. М.В. Ломоносова,
125009, г. Москва, ул. Моховая, 9, e-mail: oa.fokina@yahoo.com

Fokina Olga Aleksandrovna

post-graduate student,
Chair of Print Journalism, Faculty of Journalism,
Lomonosov Moscow State University,
125009, Moscow, Mohovaya st., 9, e-mail: oa.fokina@yahoo.com

**РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОВЕСТКА
ОБЩЕРОССИЙСКОЙ ПЕРИОДИКИ:
ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ И ЭМПИРИЧЕСКАЯ МОДЕЛИ**

Автор вводит понятие региональной повестки дня, разрабатывает структуру ее теоретической модели, формулирует задачи региональной информационной политики общероссийских СМИ и представляет данные эмпирического исследования, характеризующие состояние реальной региональной повестки.

Ключевые слова: региональное развитие, общероссийская пресса, региональная повестка дня.

**MODELS OF REGIONAL AGENDA IN RUSSIAN NATIONAL PRESS:
IDEAL AND REAL**

The author introduces the concept of regional agenda, formulate the structure of its ideal model, represents the functions of Russian national press in regional agenda setting and set out results of content analysis which characterise the real regional agenda.

Keywords: regional development, regional agenda, Russian national press.

В эпоху мировой политической и экономической нестабильности, вызовов глобализации и противостоящей им тенденции регионализации особую роль играют общероссийские средства массовой информации как инструмент формирования единого национального информационного пространства. Однако тенденции в российской периодике тревожны. По мнению как теоретиков, так и практиков журналистики, содержательное наполнение обще-

российских печатных СМИ вызывает неудовлетворенность аудитории, которое во многом вызвано недостаточным освещением жизни регионов в печати [3].

Акцентируя приоритетные задачи общероссийских СМИ в региональном (и общенациональном) контексте, обратимся к базовой модели региональной повестки дня в этих изданиях. Однако прежде уточним наше понимание ставшего популярным понятия «повестка дня»

(англ. — *agenda*), а также термина «формирование, или установление повестки дня» (англ. — *agenda-setting, agenda-building*). В одном из классических вариантов повестка дня общественного мнения означает «список тем, которые общественное мнение и (или) средства массовой информации считают наиболее важными» [1, с. 102]. Теория установления, или формирования, повестки дня «описывает воздействие масс-медиа, заставляющее индивидов считать некоторые явления и события, с которыми они знакомятся через прессу или телевидение, более важными, чем другие» [5, с. 32].

Таким образом, СМИ определяют, какие темы и проблемы следует считать наиболее значимыми на текущий момент. «В этом смысле они действуют, как прожектор ночью «высвечивая» то одну, то другую проблему, СМИ концентрируют на ней внимание общества и выталкивают ее на передний план» [1, с. 103]. Это утверждение, как мы полагаем, справедливо и для понимания функции формирования региональной повестки дня. С помощью нее СМИ акцентируют внимание аудитории на той или иной проблеме в жизни регионов, нередко оставляя в тени другие.

Интересующая нас региональная повестка является частью общенациональной повестки дня. Под *региональной повесткой* мы понимаем определенный *содержательный сегмент, тематически связанный с жизнедеятельностью регионов и включающий совокупность текстов, тем или иным образом фиксирующих данную связь.*

Представим структурные компоненты *региональной повестки дня*, которые легли в основу программы проведенного нами эмпирическо-

го исследования. Среди них — *источники формирования повестки (центр или регионы), адресность (присутствие в повестке конкретных территорий), содержание (инфоповоды, тематика, проблематика), уровень освещения (жанровые формы), субъекты производства информации, объекты внимания.* Выделение компонентов дает представление о теоретической модели региональной повестки, играющей роль инструмента в анализе реальной повестки, т.е. текущей практики СМИ. Исходя из задач, стоящих перед общероссийской периодикой, можно обрисовать контуры модели *идеальной*: в ней должны быть сбалансированы источники; равномерно представлены разные регионы; не может быть «забытых деревень»; информация представлена разнообразная, освещающая все сферы общественной активности; жанровое разнообразие обеспечивает присутствие и событийной информации, и качественный анализ, и целостные фрагменты жизни; звучат голоса представителей разных социальных групп; журналисты, компетентные лица и граждане создают интерактивное пространство; столичные журналисты ездят в командировки и видят воочию то, о чем пишут.

Какова же *реальная* повестка? Какой в действительности предстает российская глубинка на страницах выходящих в столице общероссийских газет? Представление о ней дает эмпирическое исследование, проведенное нами в два этапа с целью выявления динамики. Конкретные значения, характеризующие компоненты повестки, позволяют более обоснованно и аргументированно судить об эффективности функционирования СМИ в установлении региональной повестки, о том, насколько

близки они к своему статусу общенациональных изданий.

Эмпирическую базу для изучения реальной модели повестки составили пять общероссийских изданий — три газеты («Коммерсантъ», «Известия», «Московский комсомолец») и два журнала («Итоги», «Русский репортер»), тексты которых изучались в течение двух временных отрезков: в апреле 2009 г. (455 текстов) и в апреле 2012 г. (492 текста).

Вся выборка была разделена на две группы в зависимости от места локализации информационного повода (т.е. в соответствии с компонентом «Источники формирования повестки»):

— тексты с «внешними» поводами инициированы московскими событиями (т.е. событиями, связанными с действиями федеральных органов власти или других институтов российского общества в отношении регионов);

— тексты с «внутренними» поводами инициированы региональным событиями.

Для удобства восприятия мы посчитали целесообразным ввести специальную маркировку для этих основных групп: в группу «Ц» (96/150) вошли все тексты, в которых были задействованы «внешние» информационные поводы — это созданные федеральным центром поводы. В группу «Р» (335/311)¹ — все тексты, содержащие «внутренние», собственно региональные инфоповоды.

Выделение категорий анализа примерно соответствовало компонентам теоретической модели

¹ Дробь обозначает распределение текстов по временным отрезкам. Первое число обозначает количество текстов, опубликованных в апреле 2009 г., второе — в апреле 2012 г.

повестки: «Объем присутствия», «Территории», «Инфоповоды», «Проблемно-тематические аспекты», «Действующие лица», «Жанровые формы», «Типы авторства» — каждая с соответствующим набором характеристик («ключами»). Далее мы представим некоторые результаты, полученные в ходе исследования.

Объем присутствия. Рассмотрим количественные показатели, основным из ряда которых является доля публикаций о регионах в одном номере газет и журналов². Из газет лидером по этому параметру является «Коммерсантъ» — в ее номерах доля интересующих нас текстов составила в среднем 17–19%. На втором месте — «Известия», в них доля материалов составила 11–13%. Замыкает тройку «МК» — 9–11%. В группе журналов на первом месте «РР» — он посвящает рассказам о жизни провинции 18–20%, а «Итоги» — всего 5–6%. За три года (а именно таков «шаг» нашего исследования) доля текстов о регионах в данных изданиях претерпела лишь незначительные изменения — 455 материалов в 2009 г. против 492 в 2012 г.

Колебания были довольно незначительными и по отдельным изданиям: в «Ъ» (244 в 2009 г. против 224 в 2012 г.) и в «МК» (88 в 2009 г. против 99 в 2012 г.). На этом фоне только «Известия» довольно значительно увеличили объем материалов (99 в 2009 г. против 138 в 2012 г.). Журналы в 2012 г. также сохранили картину 2009 г.: «Итоги» — 11 против 12 и «РР» — 13 против 19.

Более показательно в плане динамики соотношение текстов основных

² Доля текстов рассчитывалась от общего количества журналистских текстов в номере.

групп «Ц» и «Р» в изданиях (за исключением «МК», в котором оно практически не изменилось). Так, внимание «Ъ» к группе «Ц» в 2012 г. выросло по сравнению с 2009 г. в 2 раза, а в «Известиях» — почти в 1,5.

Территории. Основное место в группе «Ц» и в 2009 г. и в 2012 г. занимают материалы, посвященные группам регионов, причем из разных ФО, или всем регионам в целом. В 2012 г. показатель числа «общих» материалов увеличился (63% против 59,6% в 2009 г.), причиной чего стало повышенное внимание СМИ при формировании региональной повестки дня к возвращению выборов губернаторов и связанных с ними внутривластных процессах.

Интерес в группе «Ц» к конкретным регионам был достаточно невысоким и стабильным. Самое пристальное внимание центра обращено к Северо-Западному ФО, в частности к столице округа — Санкт-Петербургу. Остальным регионам округа СМИ уделяли минимальное внимание. Противоположные тенденции выявлены в группе «Р». Основное внимание СМИ уделяют конкретным регионам, о чем свидетельствуют низкие показатели в группе материалов о регионах в целом и высокие показатели по конкретным ФО. Среди федеральных округов «лидером» упоминаний является Северо-Западный. Традиционно низок интерес СМИ к Центральному и Дальневосточному округам.

Северо-Кавказский ФО в 2012 г. упоминался на страницах изданий почти в 2 раза реже, чем в 2009 г. (15,9% в 2009 г. против 8% в 2012 г.). Связано это с тем, что в 2012 г. перестал быть актуальным такой мощный информационный повод, которым в 2009 г. стала отмена режима контртеррористической операции. Отметим, что интерес

СМИ, как правило, привлекают всего лишь 2–3 субъекта федерации в каждом из округов, в то время как некоторые регионы, по нашим наблюдениям, не упоминались ни разу ни в 2009 г., ни в 2012 г. Абсолютное большинство субъектов федерации упоминалось за изученный период либо 1–2 раза, либо не упоминались вообще.

Инфоповоды. В группе «Ц» как в 2009 г., так и в 2012 г. лидирующие позиции заняли инфоповоды с ключами «Событие» (29,8% и 44,8%), «Решение» (20,2% и 20,8%), «Заявление» (19,3 и 18,8%). Подобные данные можно объяснить следующим образом. Лидерство информационного повода с условным обозначением «Событие» характерен для всех СМИ, поскольку подразумевает сообщение о любом отдельно взятом факте реальности.

Широкое обращение изданий к инфоповодам «Решение» и «Заявление» в группе «Ц» связано с тем, что общероссийские СМИ с особым интересом относятся к действиям политиков/крупных чиновников, представителей влиятельных бизнес-структур, которые принимают стратегические решения и делают значимые заявления, впоследствии способные повлиять на расстановку сил в политической и экономической сферах жизни общества.

В группе «Р» картина сходна с группой «Ц». Первое место здесь, как и в группе «Ц», заняли тексты с ключом «Событие» (27% в 2009 г. и 38% в 2012 г.). На втором месте оказался инфоповод «ЧП и преступления» (25,3% в 2009 г. и 20,4% в 2012 г.), на третьем — «Заявление» (14,3% в 2009 г. и 13,6% в 2012 г.). В рамках инфоповода «Событие» СМИ сообщали конкретные факты о жизни регионов (например, о том, что в Ханты-Мансийске прой-

дет крупный шахматный турнир или Казань получила титул «третьей столицы» России). В категорию «Заявление» попали тексты, преимущественно относящиеся к высказываниям представителей региональных властных или бизнес-элит.

СМИ уделяют разным видам информационных поводов неравное внимание. Так, аудитория постоянно находится в курсе всех решений и заявлений главных федеральных и региональных ньюсмейкеров. Также читателям обязательно рассказывают о ЧП и преступлениях. При этом, в частности, такой инфоповод, как «Тенденция», который позволяет предъявить все причинно-следственные связи между событиями во времени и пространстве, практически полностью исключен из внимания СМИ.

Обратим особое внимание на такой инфоповод, как «ЧП и преступления», в группе «Р». Он занимает особое место и составляет почти четверть от всех инфоповодов в 2009 г. и пятую часть всех инфоповодов в 2012 г. В его рамках печатные СМИ, как правило, дают подробные репортажи с места событий, и в этих текстах вскрывается вся картина неустроенности, запущенности, произвола, бюрократизма, социального разложения и т.д., господствующая во многих регионах и приведшая к катастрофе. Вне ЧП эта картина остается неизвестной.

Содержание. Именно по проблемно-тематическому наполнению номеров можно судить о полноте реализации СМИ своих задач в формировании региональной повестки дня. Содержание журналистских текстов о регионах демонстрирует, насколько полно представлены различные сферы жизни провинции в СМИ, реализуется ли трансляция общенациональных ценностей, предъ-

вляют ли СМИ примеры успешного сотрудничества столицы и провинции в решении ключевых для государства вопросов.

Как в группе «Ц», так и в группе «Р» лидирует тема *политики* (в группе «Ц» ей посвящены 49% публикаций в 2009 г. и 53,2% в 2012, а в группе «Р» — 30,2% в 2009 г. и 29,8% в 2012). Вторая позиция по двум группам различается. Если в группе «Ц» это тема *экономики и бизнеса*, то в группе «Р» — *охрана правопорядка и безопасности* (в частности, положение дел в армии).

Социальные темы освещались крайне бедно на обоих уровнях — в группе «Ц» их доля составила 7,3% и 5,3%, а в группе «Р» — 7,2% и 7,4%¹. Мир повседневных (читай — социальных) проблем крайне обширен. На наш взгляд, невнимание СМИ к социальной сфере обусловлено несколькими причинами — в частности, СМИ мало интересуются «гущей» жизни (которую как раз и представляет социальная тематика), а кроме того, не владеют в полной мере соответствующими технологиями для рассказа о ней².

Спортивной тематике было посвящено 9,6% в 2009 г. и 9,7% в 2012 г. всех текстов в группе «Ц» и 8,3% в 2009 г. и 12,4% в 2012 г. — в группе «Р». На культуру в группе «Ц» пришлось 4,8% в 2009 г. и 4,5% в 2012 г. материалов и в группе «Р» — 8,5% и 12,1% соответственно. Наука, как и следовало ожидать, оказалась самой «непопулярной» темой и освещалась в 1% публика-

¹ Напомним, что в социальную тематику не была включена правовая (в том числе сообщения о происшествиях), несмотря на то, что в большинстве случаев именно тема охраны правопорядка занимает основное пространство в рубрике «Общество» в изданиях.

² Подробнее об этом: [4].

ций из группы «Ц» в 2009 г. и в группе «Р» 1,1% в 2009 г. и в 0,8% текстов в 2012 г. Таким образом, данные по 2009 г, демонстрирующие тематический дисбаланс, близки данным 2012 г. Это свидетельствует о том, что за три года *содержательная структура реальной региональной повестки* практически не изменилась.

Налицо стандартная для большинства общероссийских изданий содержательная схема «политика—экономика/промышленность—«социалка»—все остальное», которая обусловлена определенными типологическими особенностями данных СМИ¹. В нашем варианте содержательная модель может выглядеть так: «политика—экономика/промышленность—правопорядок—«социалка»—все остальное».

Действующие лица. Эта категория отражает, кто попадает в поле зрения аудитории наиболее часто, дает представление о том, деятельность каких групп общества получает наибольшее освещение.

Чиновники и политики являются главными героями материалов и в группе «Ц» (60,6% в 2009 г. против 68,7% в 2012 г.), и в группе «Р» (34,2% в 2009 г. против 32,5% в 2012 г.). Они фигурируют не только в текстах собственно политической тематики, но также в материалах об экономике, промышленности и социальной сфере. Показатели по таким «действующим лицам», как представители *бизнес-сообщества* и сотрудники *правоохранительных органов*, в группе «Ц» и группе «Р» сходны с показателями по категории «Проблемно-тематические аспекты». Так, на втором месте после чиновников/политиков в группе «Ц» стоят представители бизнес-со-

общества, а в группе «Р» это место занимают сотрудники органов охраны общественного порядка и безопасности.

Особого внимания заслуживает позиция «граждане». Вполне объясним тот факт, что о судьбах простых людей не рассказывается в группе «Ц», однако практически полное их отсутствие в группе «Р» говорит о том, что СМИ обходят стороной судьбы конкретных людей, а взаимодействие различных сфер жизни социума на полосах изданий происходит по линии различных должностных групп. Это лишает тексты «человеческого лица».

Подведем некоторые итоги эмпирического исследования.

Объем текстов о регионах, представленность отдельных субъектов федерации, соотношение различных информационных поводов, тем и проблем, «действующих лиц», жанров — все параметры в реальной региональной повестке статичны. Не выявлено роста числовых показателей по каждой категории анализа, наблюдаются лишь легкие колебания. Следовательно, реальной региональной повестке дня *не свойственна динамика* в изученный нами промежуток времени.

Информационные поводы, тематика и проблематика текстов, «действующие лица» остаются неизменными из номера в номер. В фокусе внимания большинства СМИ постоянно присутствуют две «суперсферы» — политика и экономика, а о положении дел в регионах в большинстве случаев рассказывают чиновники и бизнесмены. «Информационный луч» общероссийских СМИ зачастую достигает лишь Санкт-Петербурга, а также самых успешных и нестабильных субъектов федерации. Остальные две трети регионов погружены в информационное «небытие». В ка-

¹ Об этом, в частности [2].

чественных характеристиках реальной региональной повестки заметно *однообразие*.

Серьезные различия между идеальной и реальной региональными повестками сигнализируют о ряде информационных дисфункций, которые характерны для современных

общероссийских печатных СМИ. Неполное освещение жизни регионов негативно влияет на социально-психологический климат в российском обществе и замедляет развитие государства. Угроза единому информационному пространству страны еще очень сильна.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация: модели влияния. Как формируется повестка дня? Екатеринбург: Из-во Гуманитарного ун-та. 2001.
2. Реснянская Л.Л. Типологическая структура общероссийских газетных изданий. // Типология периодической печати / под ред. М.В. Шкондина и Л.Л. Реснянской. М.: Аспект-Пресс, 2009.
3. Реснянская Л.Л., Фомичева И.Д. Газета для всей России. М.: ИКАР, 1999.
4. Фролова Т.И. Человек и его мир в информационной повестке дня. Гуманитарные технологии в журналистке. М.: АСИ, 2009.
5. Черных А. Мир современных медиа. М.: Изд. дом «Территория будущего», 2007.