



**Татьяна Григорьевна Волкова**

научный сотрудник лаборатории по комплексному изучению актуальных проблем журналистики, факультет журналистики, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, 125009, г. Москва, ул. Моховая, 9, e-mail: zurfak\_periodika@yourn.msu.ru

**Tatyana G. Volkova**

Research Associate, Laboratory for the Integrated Study of Actual Problems of Journalism, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, 125009, Moscow, Mokhovaya str., 9, e-mail: zurfak\_periodika@yourn.msu.ru

---

## МЕДИАСИСТЕМА ПОДМОСКОВНОГО ГОРОДА

Статья анализирует систему СМИ подмосковного города Жуковского, системообразующие факторы, связанные с его экономическими и социально-демографическими особенностями. Рассматриваются СМИ города как целостная система, отвечающая основным информационным и коммуникационным потребностям местного сообщества. Характеризуются обстоятельства, препятствующие оптимальному функционированию медиасистемы города.

*Ключевые слова:* система СМИ городского поселения, профиль и концепции нишевых изданий, оптимизация функционирования системы.

---

## THE MEDIASISTEM OF THE SUBURBAN TOWN

The article analyzes the media system of Zhukovsky (the city outside Moscow), as well as system factors associated with its economic and socio-demographic characteristics. We consider the city mass-media as the complete media system that meets the basic information and communication needs of the local community. The basic factors which prevent that city media system of optimal functioning are characterized.

*Keywords:* media system of an urban settlements, a profile and conceptions of niche periodical press publications, optimization of a city media system functioning.

---

Особенности СМИ городов и районов Подмосковья (а в области 74 муниципальных образования) напрямую связаны со своеобразием их экономических, географических, социально-демографических и других характеристик. Большой интерес в этом плане представляют СМИ Подмосковья. К их числу относится и город Жуковский (104 тыс. жителей).

«Специализация» города — авиация. Жуковский — один из ведущих

российских центров в области проектирования и производства авиационной техники. Раз в два года здесь проводится престижный Международный авиакосмический салон. Также в городе есть ряд предприятий, связанных с оборонной промышленностью.

Специфика Жуковского как наукограда в том, что здесь гораздо более высокий образовательный уровень жителей по сравнению со

среднестатистическим подмосковным городом. В Жуковском работает более тысячи человек, имеющих ученую степень (в том числе 120 докторов наук). Город в какой-то мере уникален и по уровню учреждений культуры. Среди них — симфонический оркестр, два театра, хоровые и танцевальные коллективы.

Ясно, что информационные потребности жителей города разнообразны. Близость города к Москве также существенно влияет на функционирование медийной системы. Для сравнения: город Серебряные Пруды (160 км от Москвы) «замкнут» сам на себя, тут жители и живут, и работают. Огромная же часть трудоспособного населения Жуковского (как и других близлежащих городов) ездит на работу в Москву. Их непосредственные информационные интересы связаны как со столицей (сфера работы, столичный транспорт, общественное питание), так и с родным городом (ЖКХ, отдых, быт и т.п.).

Что же находится в «потребительской корзине» жителя Жуковского помимо центральных и областных изданий? Жуковский является городом областного подчинения, но административно связан с районным центром Раменское. Поэтому здесь распространяются еженедельная газета «Родник» Раменского района и бесплатный еженедельник «В рабочий полдень», нацеленный на жителей городов и районов юго-востока региона, рекламно-информационное издание «Интерес» и другие издания.

В Жуковском функционирует достаточно развитая система собственных городских СМИ. Это восемь информационных медиа, информационно-справочные и развлекательные издания. СМИ имеют разные формы собственности, разные идео-

логические концепции, политические ориентиры.

Исторически система жуковских СМИ складывалась не так, как в других городах Подмосковья. До 1990 г. в Жуковском действовало только местное радиовещание, так как город был режимным. В подавляющем же большинстве подмосковных городов первые партийно-советские газеты появились в 1930 гг. и после перестройки эволюционировали в современные издания. В этом смысле у жуковских СМИ нет корней и традиций советской прессы.

Радиовещание — телевидение (1990 г.) — первая газета (1991 г.) «Жуковские вести» — в такой, несколько нетрадиционной последовательности, началось становление современной системы СМИ в Жуковском.

В настоящее время в структуре городских СМИ наиболее влиятельное и качественное медиа — еженедельное и качественное медиа — еженедельник «Жуковские вести». Газета создана в 1991 г. как общественно-политическое издание. (Издатель ООО «Редакция газеты "Жуковские вести"». Тираж 13 тыс. экз., 32 с., есть интернет-версия. Подписка и розница.)

Еженедельник занимает особое место в прессе Подмосковья. Он имеет совершенно уникальное, не похожее на другие издания, «лицо». Это газета нового, диалогового типа, направленная на пробуждение общественного сознания, осмысление происходящего. Свою миссию творческий коллектив видит в формировании общественного мнения и общественного вкуса. Это направление было одобрено на общем собрании коллектива редакции «Жуковские вести» — одно из немногих оппозиционных изданий Подмосковья. Две (как минимум) полосы каждого номера посвящены событиям полити-

ческой жизни — в стране, регионе, городе. В газете есть собственные колумнисты (что тоже редкость для местной печати), которые интерпретируют события политической жизни. Активно используется в газете и жанр расследования — редкий в городской прессе. «Жуковские вести» очень много писали об острых, волнующих каждого жуковчанина проблемах — строительстве подъездной дороги и вырубке Цаговского леса. По инициативе «ЖВ» на городской площади состоялся митинг в защиту леса. Вырубка была приостановлена. При организационной помощи «ЖВ» был создан Общегородской гражданский экологический форум. Воздействие газеты на общественно-политическую жизнь города очевидно. Убедительный факт: на парламентских выборах 2011 г. «Единая Россия» набрала в Жуковском только 19 %. Это самый низкий процент по России. Это реальная цифра. Журналисты взяли под наблюдение все избирательные участки и не допустили фальсификации. По типу «ЖВ» — газета-форум, общественная трибуна и, в итоге, *газета влияния*. Ее характерная черта и в том, что события в городе рассматриваются как часть единой информационной и проблемной картины всей страны.

За счет чего выживает газета в финансовом плане? Помимо подписки и продажи в розницу идет «подпитка» от побочных продуктов — рекламной газеты «Компас "ЖВ"» и глянцевого журнала «Секреты счастья».

Нишу проводника официальной информации занимает газета «Авиаград Жуковский» (учредители: ГУ «Жуковское информационное агентство» и администрация города). Контент: официальные документы (постановления главы города, решения Совета депутатов, протоколы за-

седаний и т.п.) плюс новости местной жизни. Естественно, превалирует точка зрения городских властей на события.

«Авиаград Жуковский» — *газета власти*. Но если такого типа газета не единственная в местном информационном пространстве и, следовательно, не монополизирует взгляд на происходящее, то играет в системе СМИ города нужную, важную роль. Она делает всеобщим достоянием позицию власти. Это публикация, во-первых, официальных документов (здесь можно провести аналогию с изданием Правительства РФ — «Российской газетой»). Кроме того, газета организует пресс-конференции, где журналисты встречаются с представителями администрации и могут задать интересующие их вопросы. Недостаток этого типа медиа очевиден: отсутствие диалога с властью, вся информация от последней поступает в режиме монолога (тираж — 3 500 экз.).

Любопытный тип издания — газета «Город Жуковский». Издается ООО «Агентство информации и рекламы "Город"». Еженедельное массовое (30 тыс. экз.) бесплатное издание. Газета позиционирует себя как общественно-политическое СМИ, но понимает свою миссию по-своему. Она не стремится стать газетой влияния. Информационная политика — сосредоточение на жизни местного сообщества во всех ее аспектах и проявлениях. В центре внимания — работа Совета депутатов, органов правопорядка. Материалы безоценочны по отношению к власти и в целом объективны. Издание как бы отстраняется от власти, демонстрируя не столько собственную независимость, сколько непричастность к делам администрации. Словом, живет автономной жизнью. Среди жанровых предпочте-

ний — короткая новостная заметка. Бытовые проблемы подаются не под углом «какое безобразие», а содержат полезную для читателя информацию с рекомендациями: что делать, куда обратиться в конкретной ситуации. Газета универсальна по тематике. Она обращена ко всем возрастным группам — от молодежи до пенсионеров. Читателей привлекает информационная насыщенность, не поверхностное освещение тем культуры и спорта. Журналисты работают на внештатной основе. Среди авторов много молодых журналистов (в большинстве городских газет преобладают сотрудники весьма солидного возраста), их тематические предпочтения резонируют с интересами молодежной аудитории. Газета шире, чем другие издания, освещает массовые молодежные мероприятия. «Город Жуковский» по типу близок к *массовым газетам* (но это относится скорее к большому тиражу). Отрицательные черты многих массовых газет — некоторая вульгарность и погоня за сенсациями — газете «Город Жуковский» не присущи. Критика в газете не жесткая, она всегда по поводу конкретных недоработок (негде проводить выставки, плохая организация какого-то мероприятия), но газета практически не углубляется в анализ ситуации.

В городе с мощно развитой промышленностью закономерно появление *делового издания*. Это «Жуковский деловой вестник». Он издается Союзом предпринимателей города (тираж — 20 тыс. экз., 8 полос, выходит два раза в месяц, бесплатная). Газета осуществляет бизнес-коммуникацию и знакомит жуковчан с главными событиями в сфере местного бизнеса. Основа редакционной политики: содействие деловой активности; создание положительного образа предприни-

мательства; обзор и анализ регионального рынка товаров и услуг; актуализация проблем регионального бизнеса. Принцип контентного наполнения: подача деловой информации и рекламы в оптимальном сочетании с освещением главных городских событий.

Газета авторитетна, прочно заняла свою нишу на информационном рынке. Популярна не только в бизнес-сообществе. Дважды лауреат и победитель областного конкурса СМИ Московской области «Предпринимательство Подмосковья». Газета имеет явные признаки «газеты-дела»: здесь достаточно много вопросов, связанных с бизнесом, что выделяет ее среди других изданий города.

Не каждый подмосковный город может похвастаться своим *журналом*. В Жуковском такое издание есть. Это «Жуковский городской журнал». Его направление — *историко-краеведческое*. Содержание — вне политики, в основном это материалы об архитектуре городских зданий, становлении авиационной промышленности и науки. Журнал выпускается издательским домом, тираж — 4 тыс. экз., на качественной бумаге. Издатель — частное лицо. Главный редактор — о целях и задачах издания: «Миссия издания — познакомить людей со своим городом, чтобы полюбить его». Редакция пытается с помощью журнала сохранить то, что исчезает на глазах, чтобы после прочтения статей у читателя остались положительные эмоции. Идеология издания — уравновесить чашу весов, на противоположной стороне которой СМИ сенсаций и скандалов.

Журнал находится на противоположной стороне и от злободневных общественно-политических изданий. Здесь материалы «человеческого ин-

тереса», рассказы о судьбах людей. В журнале создается духовное энергетическое поле города — то, что лежит за пределами сугубо экономических и политических отношений.

Среди читателей большое количество школьников. В школе у них есть предмет «Краеведение». На основании материалов журнала им достаточно легко готовить доклады и рефераты. Представители старшего поколения, на глазах которого город строился, — это тоже благодарная аудитория издания. Старые архивные фотографии, воспоминания очевидцев дают им возможность вновь вернуться ко времени их юности. И, наконец, журнал охотно читают те, кому интересна авиация и все, что с ней связано. Тема авиации в журнале присутствует постоянно.

Таким образом, можно сказать, что издание заняло определенную нишу, которая не была освоена другими СМИ. Журнал довольно успешно для относительно нового городского издания реализует свою редакционную политику.

Стоит отметить как положительное явление то, что редакция, плотно общаясь с читателями посредством популярного форума [www.zhukvesti.ru](http://www.zhukvesti.ru) (более 60 страниц обсуждения), прислушивается к замечаниям, критическим отзывам. Такое взаимодействие позволяет корректировать содержательное наполнение.

Систему Жуковских СМИ дополняют аудиовизуальные медиа — радио и телевидение.

Жуковское радио было создано в 1960 г. и в течение 30 лет являлось, как мы уже упоминали, единственным СМИ в городе. После ряда организационных преобразований городская редакция радиовещания в настоящее время — филиал Государственной телерадиокомпания «Подмосковье».

Сегодня у городского радио около 12 тыс. абонентов проводной радиотрансляционной сети (около 40 тыс. слушателей). Передачи можно слушать также в Интернете и на «Жук-ТВ» (телевидение предоставляет эфир после окончания собственных передач). Таким образом, у радио в итоге довольно представительная аудитория. Основное направление новостных выпусков и передач — рассказать, что делается на градообразующих предприятиях, связанных с авиацией. Всегда актуальны проблемы ЖКХ. Третья составляющая — спорт и культура. И хотя сейчас большинство слушателей — люди старшего поколения, редакция не стремится делать «радио для пожилых», передачи готовятся с учетом интересов всех возрастных групп, что в будущем, возможно, изменит демографическую диспропорцию.

Местный телеканал вышел в эфир в марте 1990 г. — первый в Московской области. Город перестал быть закрытым, и городская администрация решила создать телевидение. Телеканал был кабельный. Создание городской телестудии стало уникальным экспериментом в Подмосковье. До этого ни в одном городе столичного региона не было своего телеканала. Жуковское телевидение «Сфера» стало примером для других региональных студий.

Визитная карточка «Сферы» — ежедневная информационная программа. Но несколько лет назад творческому коллективу стало тесно работать только в рамках информационного вещания. Стали готовиться познавательные передачи об исторических событиях, научно-популярные сюжеты, передачи о культуре и религии. Появилась передача для малышей, а для более зрелого зрителя — программа «Наукоград», где

идет серьезный разговор о работе градообразующих предприятий, о развитии Национального центра авиастроения. Фирменная передача «Сферы» — прямой эфир «Интервью по поводу». Жуковчане могут позвонить и задать вопрос гостю программы, а это всегда — человек известный.

Монополия одной ТВ-студии была нарушена в 2009 г., когда в рамках холдинга «Телесервис» решили создать полноценное телевидение — «Жук-ТВ» — до этого телеканал холдинга показывал только рекламу. «Телесервис» вкладывает деньги в развитие, за счет чего добился очень хорошего качества картинки и сигнала. Это, в частности, одна из причин, почему к телеканалу «Телесервиса» стало подключаться много зрителей.

Что касается контента, то редакция решила делать качественные развлекательно-познавательные передачи — как раз эта ниша оказалась свободной в местном пространстве.

Редакция «Жук-ТВ» четко заявила свое кредо как независимого, народного телевидения с гражданской позицией. Эта позиция реализуется в другом направлении вещательной политики — расследовательских, проблемных сюжетах.

Аудиторию «Жук-ТВ» составляют в основном люди предпенсионного и пенсионного возраста. Так как таких в городе 60 %, то можно сказать, что «Жук-ТВ» отражает интересы большинства горожан.

Редакция находит свои, оригинальные темы и творчески воплощает их. Яркие, увлекательные передачи «Формула успеха», «Ретро», «Неопознанная Вселенная» пользуются большой популярностью. И при наличии возможности смотреть десятки центральных телеканалов, жуковчане все чаще делают выбор в пользу

местного ТВ. Здесь с ними говорят на их языке, об их проблемах, о том, что им интересно.

Почти все СМИ Жуковского представлены в Интернете. Пока нет своего сайта лишь у газеты «Город Жуковский».

Заслуживает особого внимания сайт «Жуковских вестей». Это ежедневная (в отличие от еженедельной печатной) онлайн-газета. Три главные новости дня здесь постоянно обновляются. Есть и интересная редакция «фишка». Корреспондент обозначает тему небольшой информацией с предложением дополнить ее тем, кто «в теме». Начинают приходить сообщения по принципу «а вот что мне известно». И часто дополнения весьма важные и существенные (иногда добровольные корреспонденты даже располагают документами, относящимися к предмету обсуждения). Это любопытное интерактивное сотворчество журналистов и пользователей.

Сайт «Жуковского городского журнала» — в стадии становления. В планах создателей — с помощью этого веб-ресурса знакомить с журнальным контентом не только жителей Жуковского, но и пользователей других городов России и зарубежных стран, интересующихся авиацией. А таких в стране и в мире много: об этом говорят многочисленные письма из-за рубежа с откликами на публикации. Так что сайт станет площадкой, объединяющей как профессиональных авиаторов, так и всех интересующихся данной сферой.

Совершенно самостоятельное интернет-СМИ — «Жуковский-News». По замыслу создателей это место, «где можно свободно пообщаться, узнать местные новости, получить справку. Это площадка, где обсуждаются городские проблемы, с которыми жители сталкиваются каждый

день... Мы приглашаем высказывать свое мнение каждого жителя города — о дорогах, о медицине, о коммуналке — словом, о том, что всех нас волнует. Любое мнение, которое не противоречит человеческой этике, будет услышано. Давайте делиться идеями, новостями, фото и видео» [9], — такое обращение разместила редакция в сети.

Это своего рода гиперлокальный ресурс, который в какой-то мере может составить конкуренцию традиционному медиа. Сайт интерактивен — каждый пользователь может стать журналистом. Но здесь таится и опасность. Информация на сайте не сбалансирована, носит по преимуществу сенсационный, порою скандальный характер (это в какой-то мере следствие обращения редакции к пользователям: «Если вы стали свидетелем чрезвычайного происшествия — аварии, пожара и т.п. — сообщайте нам»). Новости могут быть иногда просто фантазией автора (об этом редакция предупреждает пользователей). Так что СМИ в традиционном понимании этот портал назвать нельзя. Но путем проб и ошибок такие ресурсы все же постепенно нащупывают путь к настоящему интерактивному медиа. Но это пока дело будущего.

Можно сделать вывод: несмотря на бурное развитие Интернета, за местными новостями жители города еще долго будут обращаться к газетам, радио и телевидению, так как пока нет альтернативных источников, полностью удовлетворяющих все потребности аудитории в объективной, беспристрастной информации. Интернет пока — вспомогательный ресурс в местном медиапространстве. Но так как он буквально «дышит в затылок», то картина в ближайшем будущем может существенно измениться.

\* \* \*

Система СМИ Жуковского начала формироваться относительно недавно, с 1990 г. (ввиду режимности города). Сейчас городская печать, радио, телевидение (две студии), интернет-издания образуют целостную систему, единое информационное пространство, каждый компонент которой занимает определенную нишу и играет специфическую роль в информационном и коммуникационном обеспечении местного сообщества. СМИ города как система призваны осуществлять необходимый набор функций, реализация которых должна удовлетворять информационные потребности человека, социальных групп и всего городского сообщества. Основной компонент медиасистемы — оппозиционные «Жуковские вести». Однако резкий, острый характер издания уравновешен другими компонентами СМИ, которые дистанцируются от властных структур и уходят на поле бытовых проблем и «мягких» новостей.

Но конкретное функционирование медиа отходит от необходимой оптимальной модели. Причина — зависимость большинства медиакомпонентов от внешнего капитала. Эти «вливания» извне в разной степени в разных изданиях сказываются на контенте, который не может быть абсолютно независимым от взглядов владельца (исключение — «Жуковские вести» и телеканалы, которые зарабатывают в том числе на «дочерних» изданиях и немедийных проектах). «Жуковский городской журнал» — тот редкий случай, когда СМИ держится на энтузиазме своего владельца, который рассматривает издание не как бизнес-проект, а как реализацию своих творческих и просветительских амбиций.

Рекламодатели пока неохотно покупают газетные полосы или эфирное время: они еще не оценили преимущества СМИ как рекламной площадки, в городе с трудом складывается рыночная система отношений. Да и сами СМИ не очень настойчиво привлекают бизнес-структуры.

Отсутствие рекламодателей негативно сказывается на следующих аспектах работы жуковских медиа:

– техническая база обновляется крайне медленно;

– штаты редакций невелики, не хватает журналистов для подготовки качественных материалов и оперативного освещения актуальных событий;

– низкие гонорары вынуждают талантливых журналистов искать работу в столице;

– отсутствие в штате литературного редактора и корректора (из-за экономии) ведет к снижению качества газеты и падению уровня доверия к ней.

Все же, несмотря на все сложности, система СМИ Жуковского развивается, представлена разнообразными медийными средствами. Жители могут выбрать близкое по духу издание, сравнить информацию в разных медиа. В целом СМИ дают информационную картину текущих событий. Многие издания сообщают и о важнейших событиях в стране.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. URL: [www.aviagrad.ru](http://www.aviagrad.ru).
2. URL: [www.radio-mo.ru](http://www.radio-mo.ru).
3. URL: [www.uj.rub.ru](http://www.uj.rub.ru).
4. URL: [www.zhukcity.ru](http://www.zhukcity.ru).
5. URL: [www.zhukgazeta.ru](http://www.zhukgazeta.ru).
6. URL: [www.zhukmag.ru](http://www.zhukmag.ru).
7. URL: [www.zhukovsky-news.ru](http://www.zhukovsky-news.ru).
8. URL: [www.zhukradio.ru](http://www.zhukradio.ru).
9. URL: [www.zhukvesti.ru](http://www.zhukvesti.ru).
10. Воронова О.А., Смирнова О.В. Пресса центральная и местная: пересекутся ли две параллели? // Журналистика в 1998 г. Ч. 1. М.: Изд-во МГУ, 1999.
11. Местная печать Москвы и Подмосковья / под ред. Э.А. Лазаревич. М.: Изд-во МГУ, 2005.
12. Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики. М.: Изд-во МГУ, 1999.
13. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: учеб. пособие. М.: РИП-холдинг, 2001.
14. Система средств массовой информации России: учеб. пособие для вузов / под ред. Я.Н. Засурского. М.: Аспект Пресс, 2011.
15. Типология периодической печати: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. М.: Аспект Пресс, 2007.
16. Фролова Т.И. Муниципальная пресса Москвы: три сценария развития. М.: Изд-во МГУ, 2002.
17. Шкондин М.В. Периодика: системные аспекты: учеб. пособие. М.: Изд-во МГУ, 2009.
18. Шкондин М.В. Трансформация типологической структуры российских СМИ: системные аспекты. М., 2000.