

**Иванищева Ольга Николаевна**

доктор филологических наук, профессор,  
заведующий кафедрой культурологии  
и межкультурной коммуникации,  
теории языка и журналистики  
Мурманского государственного  
гуманитарного университета

**МЕДИАПРОСТРАНСТВО  
В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ  
СОЦИАЛЬНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ:  
РЕГИОНАЛЬНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ [1]**

**Аннотация:**

*Статья посвящена проблемам региональных СМИ (на примере СМИ Мурманской области), проанализированы разные аспекты функционирования региональных медиа: проблемы свободы слова, гендерного состава редакции, формирования региональной идентичности.*

**Ключевые слова:**

*региональная журналистика, региональная идентичность, функции журналистики, социальные трансформации.*

**Ivanishcheva Olga Nikolayevna**

D.Phil. in Philology,  
Professor, Head of Department  
for Cultural Studies and Intercultural Communication,  
Theory of Language and Journalism,  
Murmansk State University  
for the Humanities

**MEDIA SPACE  
IN CONTEMPORARY SOCIAL  
TRANSFORMATIONS:  
REGIONAL DIMENSION [1]**

**Summary:**

*The article discusses the issues of regional media (by case study of mass media of Murmansk region). The author analyzes various aspects of the regional media: freedom of speech, gender composition of editorial staff, development of regional identity.*

**Keywords:**

*regional journalism, regional identity, function of journalism, social transformation.*

Региональные СМИ – средства массовой информации, находящиеся (принадлежащие) в отдельных регионах. На 1 июля 2011 г. на территории Мурманской области было зарегистрировано 223 предприятия СМИ, из них 129 газет, журналов – 24, аудиовизуальных СМИ – 40, из них теле вещательных компаний – 18, радиовещательных – 32.

Сегодня региональное издание является не только источником информации, но и коллективным организатором [2]. Для своих читателей региональные СМИ выполняют не только информационную функцию, но и помогают им в личной и социальной самоидентификации.

Проблемы региональной журналистики России – это снижение тиражей, экономические затруднения, зависимость от властей и недостаточная квалифицированность кадров. Сегодня региональной прессе брошено множество вызовов, главным из которых является зависимость редакционной политики изданий от учредителей и спонсоров (среди которых в основном присутствуют региональные и муниципальные органы власти).

В последнее время все чаще наблюдаются нарушения Федерального закона «О средствах массовой информации», считают руководители региональных СМИ России. Как говорится в заявлении Альянса руководителей региональных СМИ, участились факты вторжения властных структур краев, областей, республик в редакционную политику государственных и независимых СМИ, ущемления прав журналистов и ограничения прав граждан на доступ к информации. 6 апреля 2010 г. в газете «Вечерний Мурманск» должна была выйти статья «Все в суд?» о невыплате администрацией Мурманска населению компенсаций за отопление в 2009 г. Однако, по словам главного редактора газеты «Вечерний Мурманск» Надежды Червяковой, накануне выхода газеты мэр г. Мурманска Сергей Субботин пригласил ее на личную встречу, где потребовал изъять статью из планируемого номера, сопровождая свое требование угрозами. Под давлением градоначальника главный редактор изъяла статью из печати. Но, придя в себя, написала заявление в УВД Мурманской области, прокуратуру, обращения к тогдашнему губернатору Дмитрию Дмитриенко, в Общественную палату России с просьбой защитить коллектив ее газеты от цензуры и покушений на свободу слова.

Ограничения свободы слова в период выборов неизбежно оказывают влияние на уровень доверия читателей к региональным средствам массовой информации. Как показал опрос читателей газеты Мурманской области «Терский берег», 42 % опрошенных заявляют, что учредители полностью контролируют содержание газеты в предвыборный период, а 57 % респондентов признают, что органы местного самоуправления оказывают влияние на размещаемые в этот период материалы, но и журналистский коллектив по ключевым вопросам имеет свою точку зрения.

Однако, заявляя о зависимости газеты от учредителя, не доверяя размещаемым в ней материалам, подавляющее число респондентов никогда не обращалось в редакцию газеты «Терский берег» с тем, чтобы выразить свое мнение о выборах или том или ином кандидате. Таких людей среди опрошенных 96 %, 20 % из них вообще не видят смысла в обращении в газету, а 29 % хотели бы высказать свое мнение во время выборов [3].

Региональная журналистика России в основном имеет женское лицо. В сфере массовых коммуникаций число женщин, занимающих руководящие должности, также неуклонно продолжает возрастать. Подобная тенденция наблюдается как на международном и национальном уровнях, так и на уровне региональных и городских средств массовой информации. Показательным в этом отношении является медиапространство г. Мурманска: на 18 медиакомпаний, представленных в городе, приходится 4 женщины – генеральных директора и 3 шеф-редактора (на следующих медиапредприятиях: телекомпания ТНТ Блиц, ЗАО «Северо-Западное вещание» телекомпания ТВ-21, телекомпания Арктик-ТВ, Государственная телевизионная и радиовещательная компания «Мурман» (филиал ФГУП ВГТРК); 3 женщины – главных редактора («Power Hit Радио», газеты «Мурманский вестник», газеты «Вечерний Мурманск»); 1 креативный директор (в телекомпании Арктик-ТВ). Все женщины-респонденты (80 % всех опрошенных) обнаружили несогласие с положением, что уровни оплаты женского и мужского труда различны. Мужчина-респондент воздержался от ответа, прокомментировав при этом, что «для нашего канала этот показатель не актуален». Все пятеро респондентов сошлись во мнении, что женщины-журналисты не испытывают на себе давления со стороны руководства при выборе жанра и темы публикации. Одна из респонденток отметила, что если женщины и испытывают подобное давление, то наравне с мужчинами.

Представление социальных, экономических и политических тем в газетах Мурманской области имеет свою специфику. Анализ публикаций областной газеты «Мурманский вестник» по теме «Социальное развитие и здравоохранение» за 2009 год (газета, по мнению ее главного редактора Марины Гончаренко, главная, статусная, единственная в этом регионе правительственная) показал, что журналисты издания создают положительный образ Мурманской области как региона, в котором сфера здравоохранения и социального развития находится на достойном уровне. Газета оперативно откликается на более или менее значимые события повседневной жизни. Однако само по себе обращение регионального издания к социальной проблематике еще не совсем говорит о роли газеты в отражении этих проблем. Это связано с тем, что в публикациях социальной направленности можно отметить и такие тенденции, как усиление потребительской позиции материалов, неравномерное распределение внимания журналистов к различным категориям населения, а также то, что именно властным структурам отводится решающая роль в положительном развитии социальной сферы общества. На наш взгляд, такая позиция журналистов может быть связана с организационной формой издания. Если учесть тот факт, что учредителями газеты «Мурманский вестник» являются Правительство Мурманской области и Мурманская областная дума, становится очевидным превращение публикаций в информационные показатели активности местных властей, а это в свою очередь определяет роль данного издания в отражении проблем социальной сферы.

Проведенный нами многоаспектный социолингвистический анализ журналистских материалов показал, что региональная пресса в целом создает положительный образ Мурманской области как толерантного региона, в котором уживаются люди различных национальностей. Позиция журналистов активна и способствует выработке устойчивого представления о равноправии всех народов, живущих на территории Кольского полуострова, о праве каждой национальности на самобытность и о необходимости сохранения национальной культуры и языка. В некоторых случаях создается впечатление о беспроblemности положения разных культур в Мурманской области и идеальности региональной национальной политики. В прессе нет критических аналитических материалов, что связано, как нам кажется, с тем, что в регионе действительно достаточно стабильная обстановка по сравнению с другими областями страны и нет особого интереса региональных журналистов к проблемам интернационального Севера [4].

Если с большой долей условности принять региональную идентичность в Мурманской области за сформированную, то важно проследить, как местная пресса ее развивает и поддерживает. Например, газета «Мурманский вестник» выбрала «национальной идеей» северного региона идею освоения арктических богатств. В рубрике «Горячая» Арктика» поднимаются темы Штокмановского газоконденсатного месторождения, экологии северных пространств, геополитической значимости этого региона. Главный редактор газеты Марина Гончаренко, которая инициировала развитие этой рубрики, считает, что тему важно видеть с разных сторон, в том числе с точки зрения иностранных СМИ.

Газета «Вечерний Мурманск» пытается сделать так, чтобы читатели чувствовали себя единым сообществом – сообществом людей, живущих в одном городе, которым не все равно, какие проблемы есть у каждого жителя отдельно и у всего города вместе. Газета действительно напоминает собеседника, соседа, который рассказывает новости без излишней официозности, ненавязчиво. Эффект такой позиции, однако, получается обратный. Стиль газеты настолько прозрачен, что это отношение к читателю как к другу сделало газету популярной преимущественно среди пенсионеров, которые узнают из нее все новости, знакомятся с известными людьми и т. д. Молодого читателя такая позиция газеты не привлекает [5].

#### **Ссылки и примечания:**

1. Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках проекта проведения научных исследований («Диалог с аудиторией и властью: опыт журналистики Кольского Севера»), проект № 14–13–51006.
2. К 100-летию журнала «Журналист»: региональная журналистика проблемы и тенденции // Журналист. Социальные коммуникации. 2014. № 1. С. 145–155.
3. Питиримов И.В. СМИ и власть: противодействие в период выборов : диплом. работа / науч. рук. д. ф. н., проф. О.Н. Иванищева. Мурманск, 2014.
4. Иванищева О.Н. Социолингвистический портрет приграничного северного региона: подходы и методы исследования : монография. Мурманск, 2008.
5. Иванищева О.Н. Смерть региональной журналистики? (Некоторые субъективные размышления о судьбе прессы Мурманской области) // Журналист. Социальные коммуникации. 2011. № 4. С. 61–72.

#### **References:**

1. The research is performed with financial support from the Russian Humanities Research Foundation (“Dialogue with the Audience and the Authorities: Journalistic Experience at the Kola North”) project №14-13-51006.
2. ‘On the 100th anniversary of the magazine "Journalist": regional journalism issues and trends’ 2014, *Journalist. Social Communications*, no. 1, p. 145-155.
3. Pitirimov, IV 2014, *Media and Power: The opposition during the elections: a diploma*, Murmansk.
4. Ivanishcheva, ON 2008, *A Sociolinguistic frontier of the northern region: approaches and methods: a monograph*, Murmansk.
5. Ivanishcheva, ON 2011, ‘Death regional journalism? (Some subjective reflections on the fate of the press of the Murmansk region)’, *Journalist. Social Communications*, no. 4, p. 61-72.