

УДК 070.1(470.63)

М. А. Корнеева

**О ФУНКЦИОНАЛЬНОМ ПРЕДНАЗНАЧЕНИИ СОВРЕМЕННОЙ РАЙОННОЙ ПРЕССЫ
(НА ПРИМЕРЕ ИЗДАНИЙ СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ)**

В статье рассматривается роль современной районной прессы в локализованном информационном пространстве. Автор выявляет фактическое противоречие в типологических признаках районных из-

даний, которое препятствует выполнению основных функций данного типа периодики.

Ключевые слова: районная пресса, типологические признаки, функция, противоречие.

M. D. Korneeva

**ON FUNCTIONAL MISSION OF THE CONTEMPORARY LOCAL PRESS
(EXAMPLIFIED BY THE STAVROPOL TERRITORY PRESS)**

The article discusses the role of contemporary local press in localized information space. The author reveals the actual contradiction in typological characteristics of local

periodicals, which prevents this type of the press from performing its main functions.

Key words: local press, typological features, function, a contradiction.

Печатные средства массовой информации, несмотря на возникшие в конце XX века новые информационные отношения в постиндустриальном обществе, на доминирование в структуре медийного пространства электронной составляющей, остаются действенным субъектом информационной среды. Они охватывают широкую аудиторию, обладая высокой степенью воздействия на неё.

Современное медийное пространство России характеризуется различными этнокультурными, социально-экономическими, природно-географическими факторами, определяющими его неравномерное развитие. На огромной территории страны неизбежно возникают коммуникационные разрывы, ликвидировать которые невозможно без формирования информационных полей, локализованных в административных муниципальных образованиях. «В условиях, когда урбанизация и индустриализация создают дефицит непосредственно межличностных отношений, «вакуум» в психике индивида, массовые коммуникации регионального и локального масштаба <...> заполняют существующие зоны потребностей, способствуют реконструкции микросвязей» [9].

Медиапространства районов, городов с населением до ста тысяч человек (или с незначительным превышением этого числа) сегодня обычно относят к «локальным» информационным рынкам. «Доминировавшая в Советском Союзе вертикально-иерархическая структура газетно-журнального рынка уступила место горизонтальным, почти сетевым конфигурациям на региональных (местных) рынках. Местная газета, выходящая рядом с домом читателей, становится всё более нужной аудитории (поскольку находится в центре каждодневных интересов читателей) и рекламодателям [6].

Для российских потребителей информационных услуг в глубинке местная пресса является существенным источником удовлетворения не только «каждодневных интересов» жителей городов и сёл, деталей и подробностей, но и самих новостей как таковых. По данным Фонда «Общественное мнение» 2008 года, 39 % россиян считали, что нет такой газеты, которая удовлетворяла бы их потребность в информации, а 27 % ответили, что такая газета есть, и чаще других (13 %) при этом называлась именно местная газета.

В целом, исходя из динамики постсоветского периода, можно утверждать, что мест-

ная пресса была и остаётся влиятельным медиаресурсом в муниципальном информационном пространстве. В России издаётся около трёх тысяч городских, районных, областных и республиканских газет общим разовым тиражом более 49 млн экземпляров. 77 % названий — это городские и районные газеты, их тираж составляет около 50 % [7]. В Ставропольском крае совокупный тираж традиционных городских и районных газет каждого подписного периода составляет свыше 150 тыс. экземпляров, что превышает соответствующий показатель региональных общественно-политических периодических изданий в четыре раза.

Сегодня муниципальная пресса переживает непростые процессы в формировании собственной экономики, часто становится инструментом манипуляции властных структур. Это связано, прежде всего, с отсутствием последовательной государственной политики в отношении городских и районных СМИ. Исследования показывают тесную связь насыщенности медийных рынков с развитием экономики, активности бизнеса на субнациональных пространствах. Субъекты Федерации с высокой конкуренцией на рынке общественно-политических СМИ это, как правило, регионы с относительно либеральными подходами к формированию политической субкультуры.

Несколько лет назад Ставропольский край демонстрировал, можно сказать, качественную составляющую местных газет. Находясь в арьергарде по финансовым бюджетным вливаниям в городскую и районную прессу, край имел приличные показатели по её востребованности читателями. К примеру, в 2005 году из краевого бюджета на поддержку региональных СМИ было выделено около 50 млн рублей, а в Ямало-Ненецком округе – 390 млн. При этом на одну тысячу человек в названных регионах приходилось соответственно 84 и 82 экземпляра локальной периодики, а средний тираж данного уровня печатных изданий составил 6 946 и 3 068 экземпляров. Поражает воображение ставропольских журналистов финансовое значение поддержки

региональных СМИ Краснодарского края в тот период – 328 млн рублей в год, т.е. в 6,5 раз больше, чем на Ставрополье [10].

В конце 1990-х годов по заказу комитета по печати и информации Ставропольского края был проведён опрос подписчиков краевых, городских и районных газет, учредителями и соучредителями которых выступали соответствующие органы власти. Как следовало из опроса, в городах и районах население отдавало предпочтение местным газетам. Исследователи объясняли интерес к данному типу прессы тем, что «местные издания в большей степени сохраняют привычный стиль и привычную систему ценностей и понятий ... Не менее 75 % респондентов регулярно читают свои районные (городские) газеты, ... население не отказывается от выработанной ещё в советские времена привычки получать информацию через местную прессу» [2, с. 27]. Анализируя систему российской печати в 1990-х годах, И. И. Засурский следующим образом оценивал преимущества местных изданий: в тот период «начинает сказываться... близость провинциальной печати к реальным проблемам и нуждам своего потребителя, несовместимым с абстрактной политической риторикой тех лет» [5, с. 27]. На первом месте в региональной системе СМИ стоит местная газета, отмечает А. А. Грабельников: «Она подчас бывает единственным изданием у подписчиков с небольшим уровнем благосостояния... Её информационный характер, общедоступность, простота изложения удовлетворяют запросы населения». Известный исследователь справедливо считает, что районные и городские газеты – «подлинно массовые и популярные, наиболее близко стоящие к читателям, которые принимают активное участие в качестве их авторов» [2, с. 153].

Городские и районные газеты Ставрополья в большинстве случаев в тот период были для граждан конфидентом, тем конфидентом, которым не была для них местная власть. Судя по результатам упомянутого опроса общественного мнения, районные и городские газеты воспринимались насе-

лением «не только как социальный институт, но и как интересный собеседник» [3]. «Эпоха свободы и хаоса» (постперестроечный период) [5, с. 6] была для российской прессы периодом неслыханной свободы. В местной печати обсуждались вопросы самоуправления, палитра политических воззрений населения представлялась значительно многообразней, чем в настоящее время. Ставропольские районные газеты старались обеспечить на своих страницах представительство различных стратификационных групп, организовать диалог населения и власти.

Рассматривая далее развитие местной прессы в ближайшем историческом периоде, нельзя не вспомнить об одном из основных типологических изменений районной периодики, подпитывавшейся из регионального бюджета. Причиной стал новый закон Российской Федерации, направленный на строительство системы местного самоуправления, характерной для демократического государства [4]. До вступления в силу на всей территории России Федерального закона Российской Федерации от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ.

«Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» было решено опробовать его в двух субъектах России – на Ставрополье и в Новосибирской области. Учредителями или соучредителями (наряду с редакциями) районных газет выступали ранее районные органы власти. Но названный закон лишил администрации районов прав на учредительство общественно-политических изданий.

Существование традиционных районных газет оказалось под угрозой. Законного пути их поддержки из регионального бюджета уже не было. Вынужденной мерой стало повышение статуса учредителей местной прессы. Вместо районных администраций в этой роли выступило фактически правительство Ставропольского края в лице комитета по печати и информации.

Подобное изменение основного типологического признака обеспечило местной периодике гарантированную бюджет-

ную поддержку за счёт средств регионального бюджета. Однако, вместе с тем, уменьшилась профессиональная самостоятельность редакций, сузились возможности информационного плюрализма. Благородное намерение сохранить местное издание как модератора общественного диалога, средства организации самоуправления и источника информации о событиях в жизни сообщества, к сожалению, со временем изменило соотношение диалогичного и монологичного стилей общения с читателями не в пользу первого.

В качестве доминирующей в предметно-тематической линии большинства районных изданий с государственным участием утвердилась информация о деятельности краевых органов власти. Страницы газет заполнили пресс-релизы информационных служб губернатора, Думы Ставропольского края, краевых министерств и ведомств. Очевидно, что редакции попали в жёсткую зависимость от новых учредителей более высокого ранга. Договоры об оказании информационных услуг правительству и законодательному собранию края обязывали публиковать обширные материалы, спускаемые «сверху».

Разросшиеся по кадровому составу информационные управления и пресс-службы региональных госорганов буквально «заваляли» районные издания пресс-релизами о работе «на благо населения». Безудержно стала пиариться деятельность высоких должностных лиц. Внимание чиновников к районной прессе объяснимо: они тиражируют информацию о своей деятельности в самой востребованной периодической печати: на Ставрополье тираж районных газет в расчёте на одну тысячу жителей во много раз выше, чем у региональной печати, не говоря уже об общефедеральной. В среднем соотношение подписного тиража местной газеты и населения, по данным 2012 года, составлял по краю 1:10, т. е., локальное издание приходит практически в каждую вторую-третью семью административной территории.

Как показала практика, повышение статуса учредителя имело свой плюс – газеты освободились от диктата местной власти.

Однако ныне, по прошествии времени, очевидны и минусы решения о концентрации локальных СМИ в руках краевых госорганов. В ущерб местной информации на страницах «районки» сегодня преобладает краевой официоз. Но локальная пресса, по определению, предполагает максимальную приближенность к проблемам местного населения.

Ограниченный объём большинства газет (4 – 6 – 8 полос формата А3) и обязательность опубликования краевых официальных материалов не позволяют творческим коллективам выполнять в полной мере выделенные московскими исследователями журналистики основные функции районной и городской прессы, заключающиеся в информировании, строительстве местного самоуправления, организации коммуникации внутри района, в предоставлении читателям полезной информации [1, с. 64].

Вряд ли, к примеру, набор материалов одного из номеров газеты Шпаковского района «Наша жизнь» (14 июля, 2010) можно рассматривать как соответствие обозначенным функциям (предназначениям) местной прессы. На первой полосе – поздравление губернатора с Днём почты; информация о подписании правительством края соглашения с компанией МТС; информация о разговоре губернатора с советником президента А. Дворковичем (без детализации); колонка своих, местных, новостей. Вторая страница полностью отдана сообщениям пресс-служб губернатора, Думы Ставропольского края. Третья полоса заполнена местным официозом. Последующие, четвёртая и пятая страницы, представляют собой ещё одну совокупность пресс-релизов губернских органов власти. Содержание трёх заключительных полос – коммерческая реклама.

К сожалению, пример этот не единичный. В газете «Восход» Нефтекумского района (10 июля, 2010) три полосы – краевой официоз, остальные три – телепрограмма и реклама. И таких выпусков немало в общем комплекте районных газет.

Главный «типаж» этих номеров – безликий, навязчивый образ субъектов региональной власти. Нагрузка, которая легла

на «плечи» газет в связи с обязательной публикацией материалов краевых властных органов, на наш взгляд, чрезмерна. В практике независимой от органов власти прессы Запада подавляющее большинство присланных в издания PR-материалов отклоняется. «Опрос 348 редакторов американских и канадских деловых изданий... показал: 99 % этих специалистов считают, что только от 25 до 50 процентов присланных PR-материалов представляют для них некоторую ценность. Как сказал один из опрошенных, всё, что нужно прессе, – это честность, быстрота, краткость и вызывающее доверие содержание. Другой утверждал, что из 850 слов присланного пресс-релиза на странице остаётся 50 слов» [8, с. 170].

В ставропольских районных изданиях пресс-релизы властных органов не сокращаются. Стоимость квадратного сантиметра площади «районки» для власти, видимо, достаточно низка: её материалы отличаются расточительно большими объёмами. Требование опубликования пространственных материалов и порой имеющей весьма отдалённое отношение к нуждам и интересам населения районов информации можно рассматривать как административное давление. Сплошь и рядом находим номера районных изданий, первые полосы которых заполнены шаблонными текстами поздравлений с профессиональными и общероссийскими праздниками за подписями официальных лиц, начиная от губернатора, председателя думы, министра, депутатов разного уровня и т. п. «Праздничная открытка» вытесняет важную, интересную, полезную информацию о жизни районного сообщества. Как оказалось, профессиональных и общенациональных праздников у нас немало. Ежемесячно в паре выпусков номеров «районки», выходящей дважды в неделю, демонстрируется трогательное внимание властей предержащих к праздничным поводам.

К сожалению, в таких условиях финансовой «поддержки» местных изданий, вряд ли возможно осуществлять в достаточной мере те предназначения районной прессы, которые выделяют теоретики журналистики.

Как известно, давление на прессу имеет различные формы, и, прежде всего, административную и экономическую. В определённом ракурсе эта проблема была когда-то (5 июня 2008 года) обозначена президентом России Д. А. Медведевым в его выступлении на пресс-конференции в Берлине: «Я абсолютно убеждён, что свобода прессы требует защиты в рамках законодательства: несколько лет назад от прямого порабощения корпорациями, сейчас – от посягательств административного аппарата разных уровней...». О том, что намерение президента того периода избавить информационную сферу от такого принуждения носило последовательный характер, свидетельствует и его заявление в Послании Федеральному собранию России (30 ноября, 2010) о том, что «в собственности региональных властей может находиться

имущество, необходимое для осуществления своих полномочий... Органы власти не должны быть владельцами «заводов, газет, пароходов».

Увы, и сегодня в той или иной форме главным владельцем общественно-политических газет в большинстве регионов, в том числе и в Ставропольском крае, остается государственная власть. Вертикаль региональной прессы в последние годы, к сожалению, значительно укрепились. При такой схеме на примере изданий края абсолютно очевидно также вступление в противоречие двух важных типифицирующих признаков – ареал распространения (географическое пространство) и учредительство (издатель). Анализ последствий этого противоречия требует, как представляется, отдельных изысканий.

Литература

1. Воронова О.А. Местная газета. Модели и типы // Типология периодической печати: Учеб. пособие для студентов вузов. – М., 2007.
2. Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. – М., 2001.
3. Динамика изменения общественно-политической ситуации в Ставропольском крае в 1997-2001 годах // По материалам социологических исследований Комитета по печати и информации Ставропольского края. – Ставрополь, 2002.
4. Закон № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации». – М., 2005.
5. Засурский И.И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы. – М., 2001.
6. Засурский Я.Н., Вартанова Е.Л., Засурский И.И. СМИ постсоветской России: учебное пособие. – М., 2002.
7. Касютин В. Судьба региональной прессы // Журналистика и медиарынок. – 2013. – № 04.
8. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации: общество – СМИ – власть: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью». – М., 2010.
9. Муниципальная пресса, реформа местного самоуправления и национальные проекты // Результаты Всероссийского мониторинга «Роль муниципальных печатных СМИ в реализации Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» / Отв. ред. С.Г. Колесник, В.А. Касютин. – М., 2006.
10. Российский рынок периодической печати, 2006 год. Состояние и перспективы развития // Доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. – М., 2006.