

А.Н. Тепляшина

Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург

A.N. Teplyashina

St. Petersburg State University, St. Petersburg

**СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ МЕСТНОЙ ПРЕССЫ
В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ
DEVELOPMENT STRATEGY OF THE LOCAL PRESS
IN MODERN RUSSIA**

Ключевые слова: пресса, региональный компонент, информационный поток, медийный процесс

Keywords: press, regional component, information flow, media process

Статья посвящена современной местной прессе, содействующей решению задач развития территориального общества. В статье дается представление о емкости и динамике процессов регионализации медиарынка, о совокупности социально-политических, экономических, духовных факторов, влияющих на состояние местных СМИ.

The article is devoted to the contemporary local press to promote development of territorial communities. The article gives an idea of the size and dynamics of regionalization, the media market aggregate socio-political, economic, spiritual factors affecting the State of local media.

Региональный компонент в настоящее время играет решающую роль в развитии российской журналистики. Процесс регионализации печати выражается в том, что на информационной арене региона появляется ряд местных газет с различными типологическими характеристиками. Таким образом, возникает конкуренция в завоевании внимания и доверия аудитории, что способствует эффективному выполнению газетами своих функций. Эффективность деятельности региональных СМИ в значительной степени определяется внешними факторами развития, общеполитическим фоном. На уровне местных средств информации отчетливо проявляются особенности государственной информационной политики.

С учетом специфики информационных потоков, состоящих из множества противоречивых сообщений, выстраиваются и стратегические задачи местной газеты – ограничить деструктивное влияние, сформировать адекватную «повестку дня», вплетая социальные события в контекст региональных условий. Соответствие газеты информационным потребностям населения позволяет уменьшить зависимость социально-политического поведения от воздействия интернета. Нельзя не принимать во внимание тот

факт, что когда большинство различных СМИ начинают действовать согласованно, их влияние резко возрастает.

Жители региона ориентированы на местную информацию, федеральных новостей на страницах региональной прессы становится все меньше (Евдокимов, 2004: 21). Рамки региона с его политической, производственной, географической, демографической определенностью охватывают и формируют реальную читательскую аудиторию, предрасположенную к первоочередному потреблению материалов местной проблематики. Это не означает, что местные газеты, предлагая массово-опосредованный опыт (Рантанен, 2005: 14), ограничивают кругозор. Благодаря бесконечному потоку новостной информации люди ощущают свою полную причастность к глобализированному миру.

Местная пресса - это огромный ресурс, не только информационный, но и организационный. Там, где популярна местная пресса, рассказывающая о делах, как правило, более интенсивно развивается и само поселение. И, в свою очередь, существует обратная зависимость: на динамично развивающейся территории граждане больше интересуются информацией.

Особый интерес к местным СМИ как к важному сегменту рынка объясняется их значимостью в роли канала взаимодействия власти и общества. Так, муниципальная пресса является официальным публикатором всех важнейших документов органов местного самоуправления.

Во взаимоотношении властных структур и местных СМИ обозначились следующие проблемы:

- отсутствие механизма обратной связи между органами местного самоуправления и гражданами;
- непрозрачность бюджетных процедур (недоступность и /или неполнота информации, на основании которой принимаются решения в бюджетной сфере);
- отсутствие (фрагментарность) информации о намерениях органов местного самоуправления относительно стратегических направлений развития муниципальных образований;
- крайне низкая вовлеченность граждан и их объединений в процесс осуществления местного самоуправления.

Ситуация находится в прямой зависимости от состояния муниципального образования, квалификации журналистов и желания местных властей идти на контакт с населением.

Данные проблемы выходят на уровень государственного рассмотрения. Их значимость возрастает еще и потому, что именно муниципальные печатные СМИ скрепляют разнородное население страны со всеми его противоречивыми интересами в некое целое, что позволяет им адаптироваться к происходящим изменениям. Кроме того, местная пресса - это интегрирующий инструмент взаимосвязи с разными территориями. Реформа местного самоуправления, трансформируя региональную структуру

современной России, изменяет всю медиасистему страны, в том числе и систему местной прессы.

Медийные процессы напрямую связаны с формированием сообществ различного территориального масштаба, возникающих в связи с разной плотностью и характером социальных коммуникаций в России. Причем с такими сообществами соотносятся разные информационные интересы, различный характер производимой и потребляемой информации, составляющей затем «наполнение» СМИ, различные отношения в треугольнике «властные органы - граждане - массмедиа».

По мнению политолога и журналиста П.Н. Киричека, существует информационный разрыв «центр — периферия». В регионах, во-первых, наличествует усиливающаяся тенденция «информационного расслоения» регионального общества, означающая разрыв между доступом к источникам информации у представителей разных социальных групп, а также жителей разных населенных пунктов (Киричек, 2009: 18). Во-вторых, становится заметным «информационное служение» прессы интересам власти, из-за чего представленность различных групп в периодической печати региона диспропорциональна.

Как известно, учредителями местной прессы являются управления по печати субъектов РФ - отраслевые органы исполнительной власти, органы представителей власти в субъектах Федерации и подразделения, местные советы депутатов. Есть ряд регионов, где редакции вообще не включаются в состав учредителей, часть редакций не имеет статуса юридического лица. С одной стороны, это решает их финансовые задачи, с другой — лишает стимула развития. Поддержка «нужных» изданий нередко задействует административный ресурс, что деформирует региональные рынки прессы, затрудняет их развитие.

В соответствии с Федеральным Законом от 21 июля 2005 г. «О размещении заказов на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» учредитель редакции муниципальных газет получает возможность публиковать свои официальные материалы. Соучредители газет - это государственные учреждения и органы муниципальных образований.

При всей одинаковости проблем и тенденций, газеты, выходящие на разных территориях субъектов Федерации, имеют свою специфику и динамику развития. В рамках уровней подсистемы собственно региональных, межрегиональных и местных изданий функционируют совершенно конкретные издания, как типологически идентичные (районные, городские), так и существенно различающиеся (заводское многотиражное, региональное общественно-политическое издание).

У местных газет есть ряд преимуществ перед другими типами изданий. Районная пресса отличается широкой, универсальной тематикой. Такие факторы, как конгруэнтность и идентичность аудитории, ориентированность на конкретные социально-экономические, политические, демографические

компоненты специфики региона и района, области, знание численности населения, учет его менталитета, интересов, предпочтений, делают газету незаменимой для жителей районов. Компактность проживания на сравнительно небольших территориях многих регионов позволяет наладить четкую систему оперативной доставки печатной продукции потребителям, а самим журналистам сравнительно быстро добывать необходимую информацию.

В целом наиболее распространенное региональное издание — это городская (районная) информационная общественно-политическая газета «общего интереса», распространяемая по подписке и в розницу в своем районе, городе (поселке) с периодичностью от 2 до 4 раз в неделю, основными источниками финансирования которой являются государственные дотации, поступления от подписки и розницы.

В силу государственного статуса районных редакций их отношения с местным бизнесом и финансовыми структурами ограничиваются в основном размещением в газетах рекламы (нередко скрытой - в нарушение действующего законодательства) и единичными «дешевыми» спонсорскими мероприятиями. Не сложилась развитая практика партнерских взаимоотношений СМИ и бизнеса.

В недрах российской журналистики вызревают две модели местных изданий. Первые обусловлены необходимостью изменения экономических основ деятельности редакции, вторые - устойчивостью традиций отечественной печати, закрепившей представление о местной газете как об исключительно партийно-советском по своему организационному и содержательному характеру издании. И если эти издания утратили (в большей своей части) вид пресловутого «исполкомовского вестника» еще до 1991 г., то явная или завуалированная ориентация на проведение в жизнь исключительно указаний руководящих местных органов оказалась достаточно сильной.

Нынешнее состояние местной прессы пока не дает возможности кардинально изменить доходную часть редакционных бюджетов. Прибыльными оказываются менее трети выходящих в регионах газет.

В результате реформы местного самоуправления города, поселки и другие муниципальные образования получили известную самостоятельность в экономической и социальной сфере и возможность решать насущные вопросы; формировать полноценную муниципальную финансово-инвестиционную политику, определять приоритетные направления развития в согласии между различными местными сообществами и системой управления.

Модернизация власти - самое масштабное и сильнодействующее изменение. Концептуальная неясность реформы местного самоуправления и слабая информированность населения о ней провоцирует дискуссии о природе, функциях и целях местной власти, в частности, «повышения ее информационной открытости». Далекое не однозначно понимается роль

местной власти: одни противопоставляют местную власть государственной, другие пытаются «огосударствить» местное самоуправление, третьи предлагают рассматривать и государственные, и местные органы как единственные субъекты, уполномоченные народом осуществлять публичную власть от его имени.

Проблема развития самоуправленческих начал на местном уровне стала актуальной как никогда, ведь в провинции завершилось формирование не открытого (массового, гражданского) общества, а социальных сообществ мобилизационного, авторитарного характера, способствующих политической консолидации номенклатуры. Реформа не может набрать обороты потому, что власть по-прежнему в глазах народных масс остается единственной субъективной силой, на которую возложена обязанность заботиться о государстве и его населении, и народ по-прежнему ощущает себя в роли ведомого. Социологические исследования показывают, что не более 10% населения готовы участвовать в самоуправлении, а 60% представителей власти признаются, что принимают решения без согласования с местным населением (Мельник, Тепляшина, 2011: 11).

Время ставит перед муниципалитетами ключевые задачи: 1) осмысленно и системно организовать свою работу в публичной сфере; 2) создать условия открытости местной власти для граждан; 3) отработать эффективные инструменты деятельности; 4) добиться высокой технологичности в работе с разными сегментами населения; 5) получить вполне определенные результаты в формировании деловой и комфортной атмосферы для непосредственного обеспечения жизнедеятельности населения муниципального образования.

Муниципалитетам предлагается:

- информировать население о важных проектах и планах до принятия отрицательных решений;
- стимулировать появление информации, идущей «снизу вверх»;
- формулировать общие цели («мы играем на одной стороне») и не просто декларировать их, а фактически доказывать возможность их реального достижения;
- предоставлять гражданам возможные варианты альтернатив (и подвести решение общественности к наиболее рациональному варианту);
- отказаться от прямого навязывания решений. Если предлагаемая мера слишком непопулярна, рядом публикаций лично не заинтересованных в ней авторитетных людей доказать ее неизбежность;
- осуществлять намеренную оптимизацию контакта в современной обстановке недоверия к властям и неверия в будущее.

При поддержке различных зарубежных фондов и организаций и Министерства культуры РФ создаются проекты, нацеленные на создание равноправных отношений между местными органами власти и независимыми СМИ в городах России. Характерно, что на 80% подобные проекты финансируются Европейским Союзом. Местный бизнес и органы местного

самоуправления не испытывают потребности инвестировать средства в проекты, направленные на информационное развитие регионов.

Местные средства массовой информации как главный источник поступления социально значимой информации для местных жителей заявили о себе на всей территории России. Знание журналистами местных условий дает им возможность вести анализ проблем на основе близких всем читателям фактов, говорить с аудиторией на одном, доступном общему пониманию языке, создать эффект межличностного диалога, особой доверительности, достичь задушевности в общении с читателями.

Местные СМИ представляют собой сложную систему, вектор функционирования которой находится на пересечении интересов самих журналистов, местных администраций, собственников и инвесторов, а также рекламодателей. Достижение истинного диалога затруднено из-за разности целей, которые преследуют журналисты, представители медиабизнеса, менеджеры в информационной сфере, заказчики рекламы и читательская аудитория.

Развитие местных СМИ зависит от состояния региональной экономики, отношения местной администрации, культурных традиций, творческого потенциала каждой редакции, типа аудитории и учредительства. Мощным фактором, сдерживавшим до сих пор их инициативу и свободу редакционной политики, было государственное финансирование.

В ходе реформы на фоне нынешнего переустройства России местная пресса получила юридические предпосылки для саморазвития. Однако экономические предпосылки для развития местных СМИ не созданы, так как они ощущают зависимость от издателя, от арендодателя, от почтовых тарифов, тарифов на оплату электроэнергии, коммунальных услуг. Экономическая удавка как инструмент обеспечения лояльности к федеральной власти формально снята.

В администрациях лица, курирующие работу со СМИ и общественностью, как правило, занимают должности заместителей мэров, руководителей и специалистов пресс-служб и отделов по связям с общественностью. Они видят в СМИ лишь дополнительную информационно-аналитическую службу или отдел по работе с общественностью, но никак не контролера и критика действий администрации. В отдельных муниципальных образованиях пресс-секретари при администрации являются одновременно редакторами газет и местного радио - своего рода информационно-пропагандистского придатка к руководству города.

Во многих муниципалитетах не выработана процедура получения информации; не установлены уровни ее предоставления; не снята проблема компетенции запрашивающих и запрашиваемых. Многие из проблем во взаимоотношениях с руководством возникают из-за ошибок и непрофессионального поведения как журналистов, так и сотрудников информационных и PR-отделов. Отсюда неспособность осуществлять адресное воздействие на общественное мнение, неумение согласовывать

интересы и использовать механизмы паритетного управления. Но главная ошибка состоит в том, что местная администрация по-прежнему ориентирована на контроль над СМИ для реализации своих административных задач и поддержания политического влияния. Как и прежде, в отношении СМИ отрабатываются техники принуждения.

Несмотря на то, что пресс-службы администраций представляют собой внушительную информационную силу, их развитие сопровождается весьма серьезными неблагоприятными факторами: это зависимость от руководства, слабая мотивация, безынициативность сотрудников, недостаток делового общения с широкой общественностью и местными СМИ.

Пресс-службы пока не имеют адекватной своей роли экономического и социально-политического статуса. Руководители органов самоуправления не научились точно объяснять населению свои задачи и внушать к себе чувство доверия.

Чаще всего СМИ идут на прямое обслуживание органов местной власти, превращаясь в ротатор тиражирования чиновничьих сюжетов. На местном уровне открытой оппозиции к власти не существует. Но и о плодотворном сотрудничестве с властью в интересах населения говорить не приходится. Скорее всего, местные издания приспособляются к существующей политической обстановке и не нарушают «правил игры», ограничивающих свободу высказываний и накладывающих табу на некоторые темы. В этом смысле можно говорить о патологических формах взаимодействия СМИ и власти.

В открытых дискуссиях главные редакторы утверждают: «Мы сумели восстановить диалог власти с народом через газету»; «У редакции с властью налажено конструктивное сотрудничество — и в творческом, и в финансовом плане»; «У власти как у субъекта коммуникации должен быть свой рупор». Однако в закрытых опросах те же самые люди проявляют недовольство нынешним положением редакций и признаются в том, что испытывают все формы давления власти - экономическое, юридическое, психологическое. Достаточно сказать, что каждый второй журналист подвергает свои материалы политической самоцензуре и каждый третий-четвертый вынужден считаться с внешним контролером (учредители, работодатели, власти), образ которого держит в сознании, работая над материалом.

Главная причина возникающих сложностей во взаимодействии внутри системы «власть - СМИ - общество» - резкое несовпадение в представлениях руководителей городов и журналистов о сути и формах своей деятельности и характере своих взаимоотношений. Несмотря на то что в отдельных регионах произошла смена элит и к власти пришли руководители новой формации, имеющие навык общения с населением через СМИ, они все еще не обладают коммуникативной достаточностью (полное информирование населения о своих действиях, превентивное предотвращение конфликтов). Причина заключается в том, что в России преобладают регионы с режимом авторитарного и авторитарного типа, а социокультурная неразвитость

региональных социумов и политических сообществ в условиях администрирования и подданнических типов политической культуры, недостаточный вес элит не способствуют разрешению конфликта ангажированности - нейтральности местных СМИ. Поэтому чаще всего отношения между местной властью и местной прессой в России самоопределяются либо в терминах подчинения и услужения, либо в терминах оппозиции. Очевидно, что в рамках двух названных моделей отношений между местной властью и местным журналистским сообществом (модель подчинения и модель оппозиции) добиться взаимоприемлемых и эффективных схем сотрудничества невозможно. «Необходимо от идеи противостояния журналистов и власти переходить к идее социального партнерства, разумеется, с точным пониманием границ этого партнерства, очерченных общеевропейскими документами о независимости прессы» (Евтуш, 2006: 25)

Очевидно, считает Б.Я. Мисонжников, не обойтись и без изменения модели организации самой местной прессы, которая типологически оформилась и обрела реальные контуры в советское время, а сегодня нуждается в серьезных доработках и обновлении, в высвобождении из душных административных «объятий» (Мисонжников, 1999: 41). В условиях реформы местного самоуправления роль местной печати обязательно будет переосмыслена. В информационной политике местные СМИ способны раскрыть себя как стратегический ресурс развития регионов, вновь стать полномочным представителем граждан (читателей) и использоваться исключительно в целях социального контроля, управления и стабилизации в регионах, а не в целях выполнения информационных «заказов» местных администраций.

Практически во всех высказываниях звучит мысль об осознании всеми активными силами муниципального образования роли местной газеты. Декларируется, что жизнеспособная пресса нужна всем, независимо от политических позиций. Положительно оценивается то, что появляются электронные местные СМИ, имеющие собственное доменное имя и самостоятельно заявляющие себя в Сети. СМИ, размещающие свои материалы на других сайтах вместе с другими газетами. Чаще всего материалы местных газет органично вписываются в порталы администраций, крупных интернет-провайдеров и являются главными источниками, поддерживающими их сайты.

Нельзя забывать, что все участники информационного процесса должны устанавливать равноправные отношения и нести взаимную ответственность, что не существует собственников правды. К ней можно прийти через дебаты, свободное противостояние и доступ к большому количеству информации. Необходимо как можно ближе свести позиции местной прессы и власти на основе обоюдного регулирования процессов подачи информации.

Таким образом, на субнациональных и локальных пространствах России, с их социально-экономическими и природно-географическими различиями, процесс освоения местными изданиями глобального коммуникативного пространства будет идти с разной скоростью. Существует вероятность того, что определенное количество местных печатных изданий не сможет состояться в новом качестве, найти свое уникальное место в российском медийном пространстве. Для части изданий сегодня переход к серьезному анализу происходящих преобразований и качественному освещению хода реализации национальных проектов оказался трудной задачей.

Различия между российскими регионами диктуют необходимость разных подходов к проведению информационной политики в регионах разного типа. Одним из важнейших направлений политики государства в области СМИ должно стать выравнивание информационных возможностей субъектов Российской Федерации. Имеющаяся власть и ресурсы позволяют государству выполнить эту задачу.

Список литературы

1. Евдокимов В.А. Периодические печатные издания в информационном пространстве региона. Омск: Омский государственный университет, 2004. – 51 с.

2. Евтуш О.П. Гражданская журналистика в местных газетах //13 шагов к успеху на малом медиарынке. - Новосибирск, 2006. - С.44 - 59.

3. Киричек П.Н. Политика в фокусе прессы: виртуальная ответственность //Журналистика в мире политики: ответственность перед будущим: материалы секц. заседания конф. «Дни Петерб. философии-2008». - СПб.: СПГУ., 2009. – С. 8 - 10.

4. Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Современная местная газета: типология, особенности функционирования, перспективы развития. - СПб.: СПбГУ, 2011. – 129 с.

5. Мисонжников Б.Я. Типология печати: проблемы теории и практики: матер. науч.-практ. семинара «Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов». - СПб.: СПбГУ, 1999. - С. 41 - 60.

6. Рантанен Т. Глобальное и национальное. Масс медиа и коммуникации в посткоммунистической России. - М.: МГУ, 2005. – 156 с.

References

1. Evdokimov V.A. Periodicals in the information space of the region. Omsk: Omsk State University, 2004. – 51 p.

2. Evtush O.P. Civil journalism in local newspapers // 13 Steps to Success in the small media market. – Novosibirsk, 2006. – p. 44-59.

3. Kirichek P.N. Policy in Focus Press: Virtual responsibility // Journalism in the world of politics: the responsibility of the future: Materials of sectional meeting of

the Conference "Days of St. Petersburg philosophy-2008." – St. Petersburg.: SPSU., 2009. – p. 8-10.

4. Melnik G.S., Teplyashina A.N. Modern local newspaper: typology, features of functioning development prospects. – St. Petersburg.: St. Petersburg State University, 2011. – 129 p.

5. Misonzhnikov B.J. Typology of printing: theory and practice problems: Mater. of scientific-practical seminar "Modern periodical press in the context of communication processes." – St. Petersburg.: St. Petersburg State University, 1999. – p. 41 - 60.

6. Rantanen T. Global and national. Mass Media and Communication in Post-Communist Russia. – M.: Moscow State University, 2005. – 156 p.

(

0,5 п.л.)