

Н.О. Рахимова, Л.В. Никифорова

*Тверская государственная сельскохозяйственная академия, г. Тверь
Тверской государственной университет, г. Тверь*

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ДИСКУРС В ТВЕРСКОМ МЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ECONOMICAL DISCOURSE IN TVER MASS MEDIA SPACE

Ключевые слова: средства массовой информации, Тверской регион, опрос, респондент

Keywords: mass media, the Tver region, survey, respondent

Развитие любого региона, в том числе и экономическое, отражается в средствах массовой информации (Никифорова, Павлов, 2014; Романов, Малышева, Данилкина, 2014). Региональные СМИ Тверской области представлены различными печатными изданиями, телевидением, радио, интернет-ресурсами (Романов, Романова, 2001; Романов, 2006; 2007; Романова, Малышева, 2013; Романов, Малышева, Новоселова, 2014; 2014а; Рахимова, 2015; Романов, Романова, Морозова, 2015). Востребованность этих форм ресурсов потребителями информации различна.

В целях определения предпочтений потребителей информации различных видов СМИ Тверского региона, был проведен их опрос. В опросе участвовало 117 респондентов различного возраста и уровня образования. Все респонденты были распределены на 5 групп (рис. 1).

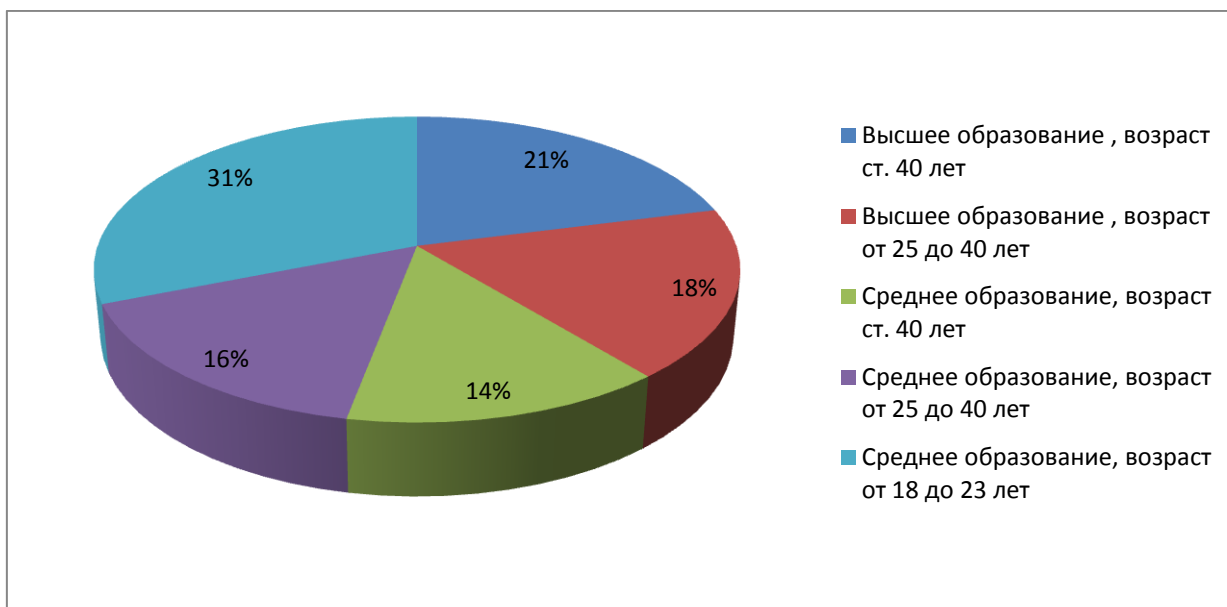


Рисунок 1 – Распределение респондентов на группы

Результаты опроса свидетельствуют о том, что предпочтение печатным СМИ отдают респонденты 3 группы, т.е. люди в возрасте ст. 40 лет и не

имеющие высшего образования. При этом информацию представители этой группы получают через радио и телевидение.

Молодежь (респонденты, входящие в 5 группу) получает информацию через Интернет. Представители других групп получают информацию из различных источников.

По мнению большинства опрошенных (более 83%), получить полноценную информацию по экономическим вопросам развития Тверской области из региональных СМИ не возможно. По мнению респондентов они не могут получить достоверной информации, тематика экономических рубрик не актуальна для них.

При этом часть респондентов (46 чел. – 39,3%) отметили, что получают информацию не через региональные СМИ. Только 5 чел. (4%) из числа опрошенных читают районные газеты.

Такое положение свидетельствует о том, что региональные СМИ Тверской области сегодня не могут в полной мере отражать проблемы экономики региона. Следует справедливо заметить, что региональные СМИ все меньше влияют на процесс формирования экономического мышления населения.

Основными вопросами экономики, рассматриваемыми на уровне региона, являются:

- реализация федеральных и региональных программ развития региона в целом, а также отдельных отраслей экономики. Эти вопросы освещаются через призму исполнения бюджета этих программ.

- частно-государственное партнерство, которое освещается через проблематику взаимодействия различных организационно-правовых форм и местных органов власти.

- инвестиционные проекты, реализуемые в регионе, в рамках развития отдельных отраслей экономики и возможного пополнения бюджета региона в перспективе.

- проблемы регионального рынка труда и др.

Несмотря на большой объем информации по вопросам экономики в Тверских СМИ, можно выделить ряд характерных тенденций для этих публикаций, среди них:

- рекламный характер информации;
- недостаточность освещаемых проблем;
- несоответствие тематики публикаций проблемам экономики региона и др.

Особое беспокойство данная ситуация вызывает относительно молодежной части аудитории. Молодёжь является наиболее восприимчивой частью аудитории, которая быстро адаптируется к различным новациям, но при этом необходимо целенаправленное управление. «СМИ в значительной степени утратили свою воспитательную функцию, сменив ее на функции развлечения и удовлетворения потребительских интересов. То, что предлагает современный российский рынок средств массовой информации, не устраивает молодежную аудиторию, вследствие чего традиционные СМИ

необратимо теряют молодых читателей-зрителей-слушателей. Более всего эти тенденция проявляется по отношению к печатным средствам массовой информации, в особенности, к газетной периодике» (Нафталиева, 2011).

Образовательная функция на уровне региональных СМИ также теряет свою значимость. Это проявляется в том, что СМИ не оказывают существенного влияния на цели, качества, умения и ценности индивида (Демина, 2012).

Существующая сегодня система региональных СМИ в Тверской области требует оптимизации ее деятельности. В качестве основных направлений такой оптимизации можно выделить:

- определение приоритетных направлений развития экономики региона и более детальное освещение этих вопросов;
- привлечение специалистов по вопросам экономики, к обсуждению рассматриваемых проблем, с целью получения компетентного мнения;
- представление альтернативных точек зрения, по рассматриваемым экономическим вопросам, для создания условий возможного выбора той или иной точки зрения и пр.

Литература

1. Демина И. Массовая экономическая коммуникация в условиях модернизации общества // Электронный научный журнал «Медиаскоп». – М.: МГУ, 2012. - № 1. - ISSN 2074-8051. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/>

2. Интернет-СМИ. Теория и практика / Под ред. М.М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2013. – 348 с.

3. Машнинова Ю.В. СМИ: от печатных к электронным // Научная методика: проблемы и решения, 2011. - № 2. – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru/>

4. Нафталиева В.О. Влияние современных СМИ на молодежь// Философские проблемы информационных технологий и киберпространства, 2011. - № 2. – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru/>

5. Никифорова Л.В., Павлов В.Е. Особенности воздействия агромедиятекстов на целевую аудиторию (на материале СМИ Тверской области) // Мир лингвистики и коммуникации электронный научный журнал, 2014. - № 2. - С. 33 – 39. - Режим доступа: <http://tverlingua.ru>

6. Средства массовой информации России: Учеб. Пособие / М.М. Алексеева, Л.Д. Болотова, Е.Л. Вартанова и др.; Под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2011.- 391 с.

7. Рахимова Н.О. Роль региональных СМИ в формировании экономического мышления // Мир лингвистики и коммуникации электронный научный журнал, 2015. - № 3. - С. 58 – 64. - Режим доступа: <http://tverlingua.ru>

8. Романов А.А. Лингвистическая мозаика. Избранное. - М.: ИЯ РАН, ТвГУ, ТГСХА: Изд-во «Агросфера», 2006. – 436 с.

9. Романов А.А. Социокультурные и психологические возможности рекламного дискурса // Мир лингвистики и коммуникации электронный научный журнал, 2007. - №3. - С. 8 - 20. – Режим доступа: <http://tverlingua.ru>

10. Романов А.А., Малышева Е.В., Данилкина Е.А. Блоги как медийные коммуникативные практики посткризисного региона // Медиалингвистика. Речевые жанры в массмедиа. - СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», 2014. - С. 212 – 217.

11. Романов А.А., Малышева Е.В., Новоселова О.В. Матричная технология в манипулятивной интернет-коммуникации // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования. I Междунар. науч.-практ. конф. Белгород, БелГУ, 1–4 апреля 2014 г.: Сб. науч. работ / Под ред. Е.А. Кожемякина, А.В. Полонского, А.Г. Ходеева. – Белгород: КОНСТАНТА, 2014. – С. 126 – 131.

12. Романов А.А., Малышева Е.В., Новоселова О.В. Спиндокторинговая реализация «принципа каузальной последовательности» ментальных репрезентаций в структуре фреймовой конфигурации // Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом. Международный научный семинар. Белгород, НИУ «БелГУ», 2-3 апреля 2014 г.: Часть I, 2014. – С. 158 – 164.

13. Романов А.А., Романова Л.А. Специфика воздействия резонансной информации в актах политической коммуникации // Политический дискурс в России – 5. Мат. постоянно действующего семинара. 22 апреля 2001 г. – М.: ИЯ РАН, Российский новый ун-т, 2001. – С. 72–74.

14. Романов А.А., Романова Л.А., Морозова О.Н. Медийный опрос как технологический прием спин-докторинговой манипуляции // Мир лингвистики и коммуникации электронный научный журнал, 2015. - № 5. - Режим доступа: <http://tverlingua.ru> 1,4 п.л.

15. Романова Л.А., Малышева Е.В. Коллективный портрет думского партийного либерала (на материале политических выступлений и интервью представителей партии «Единая Россия») // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: матер. 52-й междунар. науч.-практ. конф. 17–19 апреля 2013 г. - СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Филол. ф-т СПбГУ, 2013. – С. 86 – 89.

(0,3 п.л.)