

**Формирование региональной повестки дня в малых и средних городах России на примере газет «Медногорский Рабочий» (г. Медногорск) и «Жизнь Правобережья» (г. Беслан)**

**Новак Анастасия Андреевна**

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

*E-mail: no.a.a@bk.ru*

С начала 2010-х годов обозначился серьезный кризис печати малых и средних городов. Городские и районные газеты не успевают за происходящими переменами в общественной, культурной, политической и экономической сферах. Они фокусируются на бытовых проблемах населения и происшествиях, хвалят местную власть и редко выступают объективным ее оппонентом, не представляют весь спектр мнений общества.

По данным исследования «Газеты средних и малых городов Российской Федерации», проведенного на факультете журналистики МГУ (автор тезисов участвовала в проекте в качестве исполнителя), в России насчитывалось 1099 городов, из них 155 и 780 малых городов, что составляет 85 % всех городов страны. Население таких городов в совокупности составляет 27,3 млн человек, а это 28 % городского населения России. В каждом из этих городов имеются свои городские и районные газеты.

Опрос редакторов региональных изданий показал, что основным источником дохода редакции является реклама (70% ответов) и подписка (57% ответов). Только 30 % опрошенных назвали источником бюджета государственное и муниципальное финансирование. Таким образом, представление о тотальной государственной дотационной зависимости местной прессы несколько преувеличено. Так, в газете «Медногорский рабочий» (городская газета малого города) и в газете «Жизнь Правобережья» (городская газета среднего города) были закодированы 5883 единицы анализа, в том числе 653 журналистских текста, 365 официальных публикаций, 269 иллюстраций и 4596 рекламных сообщений. Получается, что в количественном эквиваленте журналистские материалы этих газет занимают лишь 11% от всего состава номеров, а рекламные сообщения целых 78%. В малых и средних городах сохранилась традиция продавать и покупать как повседневные товары (яйца, кур, коз), так и крупные (квартиры, машины) по объявлениям.

Основными темами газеты «Жизнь Правобережья» является патриотическое воспитание и работа городских органов власти (обе темы занимают 17,9% от публикаций), за ними следуют досуг, отдых, туризм (эти темы объединены в одну и занимают 15,3%) и морально-этическая тематика (13,1%). В газете «Медногорский рабочий» основными темами тоже оказались работа городских органов власти (28,7%) и местное самоуправление (18,9%). После них чаще всего поднимаются темы строительства, ремонта муниципального жилья (11,7%) и состояние ЖКХ (11,4%). Несмотря на очевидную актуальность повестки, тональность по отношению к местной власти в большинстве материалов положительная.

Действительно острые информационные поводы встречаются редко, многие материалы не поднимают никаких проблем. В журналистских текстах «Медногорского рабочего» основными проблемами является ЖКХ (20% от числа поднятых проблем), проблемы в области градостроительства и благоустройства населенных пунктов (9,3%), экономические и социальные проблемы (по 8%). В журналистских текстах «Жизни Правобережья» снова главным образом описаны проблемы ЖКХ (15,6%), социальные проблемы (10,9%) и терроризм (7,5%). Отметим, что в данной газете большое место занимают проблемы, в появлении которых журналисты обвиняют самих граждан (сбил человека, подал, а затем

забрал заявление из милиции) - они занимают 9,5% поднятых в материалах проблем.

Несмотря на гораздо более плотное взаимодействие с населением, чем у федеральных или областных газет, городские газеты редко поднимают общественно-политические проблемы и концентрируются на бытовых, повседневных событиях. Основная причина — закрытость властных и иных структур, отсутствие координации, встреч редакции и пресс-служб органов власти, ограниченный доступ к информации. Городская власть иногда игнорирует журналистов, ньюсмейкеры не идут на контакт - об этом сообщило 24 % респондентов.

С одной стороны, такие издания должны сообщать о самых насущных проблемах своих жителей- другие типы газет, находящиеся выше в иерархии, не могут вступаться в такие частности. С другой стороны, городским и районным газетам не хватает аналитики и просветительских материалов, которые образовывали бы население, привлекали бы молодежь (эта тенденция также была выявлена в ходе исследования). Несмотря на ограниченную повестку дня, газеты средних и малых городов обладают большим потенциалом кадров и тесно взаимодействуют со своими читателями. Эти достижения нельзя потерять: районные и городские газеты должны обновляться не должны исключаться из общей цепочки СМИ. Необходима последовательно реализуемая государственная программа поддержки городов данного типа, концепции которой на федеральном уровне пока нет.

### **Источники и литература**

- 1) Социологическое исследование «Газеты средних и малых городов Российской Федерации». Используются данные 1 и 2 этапов: опрос журналистов и редакторов 66 газет средних и малых городов; контент-анализ четырех газет средних городов и шести газет малых городов. Авторы: Л.Г.Свитич, О.В.Смирнова, А.А.Ширяева, М.В.Шкондин.