ПЕРИОДИЧЕСКАЯ ПЕЧАТЬ

Л.Г. Свитич, докт. филол. наук, старший научный сотрудник кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова; e-mail: svitichb@yandex.ru
О.В. Смирнова, канд. филол. наук, доцент, заведующая кафедрой периодической печати факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова; e-mail: smirnova.olga@smi.msu.ru
А.А. Ширяева, канд. филол. наук, доцент кафедры социологии массовых коммуникаций факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова; e-mail: kafsoc@yandex.ru
М.В. Шкондин, докт. филол. наук, профессор, ведущий научный сотрудник кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова; e-mail: skond@mail.ru

СОДЕРЖАТЕЛЬНО-ТЕМАТИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА ГОРОДСКИХ ГАЗЕТ (КОНТЕНТ-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ)

В статье представлены результаты контент-анализа газет средних и малых городов России, в центре которого тематика и проблематика изданий. Анализ показал, что тематическая структура газет достаточно широка и в основном соответствует их функциональной специфике. Поднимаемые в газетах проблемы актуальны для города и его жителей. Однако представления сотрудников редакций о желаемой проблемно-тематической модели не реализованы в полной мере, что связано, главным образом, с экономическим статусом изданий, ограниченным кадровым составом и недостаточным профессионализмом кадров.

Ключевые слова: *газеты средних и малых городов, медиакартина, медиаконтент, медиатекст, тематическая модель, проблематика газет.*

The article presents the results of content analysis of the medium and small cities newspapers in Russia. The analysis confirms that the thematic structure of newspapers is wide enough and mostly fits their functional specificity. Problems covered in the newspapers are relevant to the needs of the cities and their inhabitants. However, the desires of editorial staff regarding the thematic model are not fully realized particularly because of the economic status of publications, limited staff and lack of professionalism.

Key words: *medium and small cities newspapers, media picture, media text, thematic model.*

Предпосылки, задачи, методология и методика исследования

Кафедра периодической печати факультета журналистики МГУ совместно с Лабораторией по изучению актуальных проблем журналистики реализует проект «Газеты средних и малых городов России в

2010-х гг.». Исследование проводилось в два этапа. В 2013–2014 был осуществлен опрос редакторов и журналистов[1], в 2014–2015 проведено контент-аналитическое исследование газет общего содержания средних и малых городов.

Обоснование актуальности проекта в целом подробно представлено в статьях и монографии авторов (см., напр.: Свитич, Смирнова, Ширяева, Шкондин 2014 (1); 2014 (2); 2015). Напомним коротко основные аргументы.

Значимость данного комплексного исследования связана с тем, что средние и малые города традиционно имеют большое значение для России. Они важны не только для городской агломерации, но и ее окрестностей, так как являются центрами общественной, хозяйственной и культурной жизни региона. В городах расположены муниципальные органы, учреждения культуры, образования, здравоохранения, торговли, транспортная инфраструктура. Средние и малые города – хранители российской истории, народной культуры, промыслов, традиций и обычаев. К сожалению, многие такие города находятся сейчас в сложном экономическом положении.

В функциональном и тематическом плане местные издания имеют свою нишу. Прежде всего она связана с обеспечением населения информацией о местных событиях. В сегодняшних условиях процесс локализации в значительной мере осуществляется через региональные медиа: областные, городские, районные. Городские газеты играют в жизни средних и малых городов очень важную роль. И в этом качестве никто заменить их не может. Порой они – единственный информатор о жизни города и района. Именно интерес к местным новостям определяет их особую востребованность и жизнеспособность.

В провинциальных городах именно городские газеты несут важнейшую миссию сохранения журналистики, близкой к народу, его потребностям и нуждам, ориентированной на базовые российские ценности. Они должны и способны оперативно информировать население о местных проблемах, привлекать гражданское общество к их обсуждению и поиску путей решения. Перед ними стоят очень важные задачи по консолидации локальной общности, развитию

[1] В ходе первого этапа исследования опрошены редакторы и журналисты 66 газет 26 субъектов всех 8 округов РФ. Получены и проанализированы позиции и ориентации сотрудников газет по широкому кругу вопросов, связанных с состоянием и перспективами развития местной прессы: функции, содержание, жанровая структура; конвергентные процессы; взаимоотношения с аудиторией, учредителем и владельцем; статус и экономическое положение изданий; кадровая ситуация; проблемы и пути развития местной прессы (руководители проекта: О.В.Смирнова и М.В. Шкондин, авторы и руководители процедур Л.Г. Свитич и А.А. Ширяева).

экономического и социокультурного потенциала города и района. Они призваны содействовать решению конкретных проблем их читателей.

Между тем проблемы в финансовом и кадровом обеспечении таких газет, в связи со сложным экономическим состоянием многих средних и особенно малых городов, не позволяют редакциям в полной мере осуществлять эти важные задачи по удовлетворению потребностей и интересов аудитории в объективной, широкой, важной и интересной информации.

Способствовать повышению эффективности этих газет, повышению роли в жизни горожан может помочь детальный анализ их практики, в том числе изучение контента изданий в сопоставлении с результатами опроса редакторов и журналистов.

Объектом изучения на данном этапе реализации проекта является медиаконтент, предоставляемый аудитории.

Цель исследования – проанализировать базовые характеристики содержания и оформления газет данного типа.

В ходе анкетирования редакционных сотрудников обсуждалась и была охарактеризована модель изданий данного типа, позволяющая наиболее эффективно выполнять информационно-коммуникативную роль в функционировании и развитии города, в жизни его населения.

В результате реализации функционально-содержательной модели издания формируется представляемая аудитории *медиакартина,* призванная отражать основные сферы жизнедеятельности данной социально-территориальной локальности (деятельность органов власти, самоуправление, экономика, культура, образование, социальное обеспечение, досуг, быт и т.д.)., работу основных организаций, учреждений и предприятий; жизнь различных слоев и групп населения, наиболее злободневные актуальные проблемы, учитывая реальное положение городов и их жителей.

Понятие «медиакартина» сегодня достаточно активно используется в научной среде. Как отмечается в работах по медиалогии, медиакартина, формируемая СМИ, – это системное образование. Она должна обладать рядом важнейших характеристик (Рогозина, 2003а). Основные из них связаны с разносторонностью и релевантностью изображаемой действительности. Важнейший принцип – не допустить искажения фактов, явлений и процессов. При условии полноты и объективности представленная медиакартина минимизирует противоречие между реальным знанием аудитории (в данном случае о городской жизни), ее повседневным опытом и тем, как это отражается в СМИ. Опыт, знания, которые рождаются в процессе жизнедеятель-

ности городского социума, при адекватном отражении формируемой газетой медиакартины, помогают обогащать поведенческие модели представителей органов управления и населения в целях позитивного воздействия на организацию жизни города и горожан. Ее важнейшее значение – информационно-познавательное (Рогозина, 2003а; Шкондин, 2013). Не менее важна и ценностно-ориентирующая роль.

Медиакартина формируется на основе предлагаемого аудитории *медиаконтента*. Это понятие уже достаточно подробно разработано в современной коммуникативистике и медиалогии. Проведено разграничение терминов «медиаконтент» и «медиапродукт», которые часто используются как синонимические, разрабатывается типология медиаконтента (Коломиец, 2014).

Выделяются различные направления в журналистике, жанровые формы и тем самым виды журналистского контента (Лазутина, Распопова, 2011), что в контексте предпринятого нами исследования особенно важно. Медиаконтент обладает свойствами интегративности и плюралистичности. В контенте СМИ с неизбежностью, хотя и в разной степени, проявляются потребности, интересы, ценности, позиции различных участников информационно-коммуникативного процесса: журналистов, руководителей редакций, учредителей, владельцев, аудитории (не только как потребителей информации, но и как участников производства контента). Это для нашего исследования – важное методологическое положение, позволяющее адекватно интерпретировать результаты анализа медиаконтнта изучаемых газет.

Метафакторами, глобально изменившими контент СМИ, являются процессы, происходящие в мире, в стране, в медиасистеме (Вартанова, 2013), в том числе – цифровая революция (Смирнова, 2013). Факторами, определяющими процесс формирования контента конкретного СМИ, являются уровень профессионализма журналистов, владение новыми цифровыми технологиями, степень профессиональной независимости, доступность источников информации, качество редакционного менеджмента. Важны также условия, в которых происходит формирование контента определенных СМИ – прежде всего экономические, кадровые, организационные, материально-технические. Учет влияния всех этих факторов и условий необходим для адекватной интерпретации результатов анализа медиаконтента, в нашим случае – городских газет.

Совокупный медиаконтент представляет собой непрерывные потоки различного рода *медиатекстов* (отдельных публикаций), которые являются его атомарными составляющими. Понятие «медиатекст» так же как и «медиаконтент» является центральным в медиалогии. Сегодня теория медиатекста претендует на самостоя-

тельную нишу в общей текстологии, имеющую давние традиции и изучающую законы текстообразования (Коломиец, 2014).

При разработке методологии нашего исследования особенно полезными оказались работы Т.Г. Добросклонской, которые выходят за рамки ее главного направления – медиалигвистики (Добросклонская, 2005), а также М.В. Чичериной, занимающейся изучением медиатекста в контексте задач медиаобразования (Чичерина, 2007). О выходе теоретических разработок в область практического обучения свидетельствует и подготовка соответствующих учебных пособий (Современный медиатекст, 2014).

Имеющаяся в целом теоретическая база позволяет эффективно использовать ее не только в процессе производства медиатекстов, но и в прикладных медиаисследованиях, в частности проводимом нами.

Так же, как и по отношению к медиакартине и медиконтенту, важнейшим свойством медитекста является релевантность его описываемым фактам, явлениям, процессам (Мисонжников, 2000; Лащук, 2011).

В теоретических работах, посвященных медиатексту, выделяются его виды и характеристики, связанные с каналом распространения, функционально-прагматическим назначением, знаковой и жанровой формой, типом авторства и другими сторонами. Используя имеющиеся подходы, в программе нашего исследования мы ставили *задачи изучения следующих параметров текста*, опубликованных в газетах средних и малых городов:

– тематика;
– проблематика;
– локальность;
– жанровая структура;
– авторский состав;
– субъекты мнения;
– используемые в публикациях источники информации;
– объекты публикаций;
– характер заголовков;
– характер иллюстраций;
– тематика и жанры официальных материалов;
– тип и характер рекламных сообщений.

Медиатекст, как известно, изучается на основе качественных и количественных стратегий. Поскольку в нашем проекте стояла задача – проанализировать содержание текстов газет средних и малых городов как непрерывный поток информации за определенный период времени, мы выбрали в качестве адекватной методики – контент-анализ с его преимуществами упорядоченности, систематичности, точности

измерения, большого количества текстов (Семенова, Корсунская, 2010; Барсанова, 2006;.Пашинян, 2012).

Качественно-количественный контент-анализ был дополнен текстологическим анализом конкретных изданий (кейс-стади).

Единицей анализа была отдельная публикация, а единицей счета – частота появления публикаций с упомянутыми параметрами.

Выборка формировалась на основе 66 газет, сотрудники которых участвовали в опросе на первом этапе исследования. При этом учитывалась представленность различных округов и субъектов Российской Федерации – в выборку попали издания из девяти областей и республик шести федеральных округов. Выбирались газеты с разной периодичностью и типами учредителя (государственные, муниципальные, частные). Таким образом, в выборку попало 10 газет, издающихся в 10 городах, в том числе 4 газеты средних городов (от 50 до 100 тыс. чел.) и 6 газет малых городов (до 50 тыс. чел), в процентном соотношении, адекватном выборке для опроса сотрудников редакций.

Были закодированы все публикации выбранных газет за октябрь-декабрь 2013 года, потому что именно в это время проводился опрос редакторов и журналистов и ставилась задача максимально корректно сопоставить результаты контент-анализа с данными, полученными в опросе сотрудников редакций. Всего закодировано 17362 текстовых и иллюстративных материалов. В структуре контента изданий представлено 22,4% журналистских публикаций, 9,7% официальных материалов, 13,2% иллюстраций и 46,7% рекламных сообщений. В данной статье анализируется тематика и проблематика текстовых журналистских публикаций в газетах средних и малых городов.

Тематика и модальность публикаций

Как отмечалось выше, медиакартина, представляемая городской газетой, должна быть комплексной, отражающей основные сферы функционирования города, городского социума и наиболее актуальные проблемы. И такой задаче должна соответствовать содержательно-тематическая модель издания.

Анализ результатов первого этапа исследования – опроса редакторов и журналистов, наглядно показал, что они отчетливо осознают проблемы своих городов, интересы местных жителей, их нужды, поэтому выстраивают доминанты в содержательно-тематической модели изданий в соответствии с наиболее важными, в том числе неблагополучными, сторонами жизни средних и малых городов, их жителей, что, учитывая реальное положение таких городов, естественно.

Сравнение ответов руководителей редакций и журналистов по поводу желаемой тематической модели показывает, что по многим параметрам они достаточно адекватны реальной тематической структуре газет, выявленной в ходе контент-анализа. Контент-анализ показал, что в изданиях этого типа освещается весьма широкий круг тем, которые позволяют формировать у аудитории довольно полную картину жизни городов, хотя и не без изъянов. Сравним детально данные опроса и контент-анализа изданий по рангам[2] (см. табл. 1).

Таблица 1

Ответы редакторов и журналистов на вопросы: «В какой мере важны для освещения в вашей газете перечисленные ниже сферы, темы?» ***(в % к числу опрошенных)***
Данные контент-анализа ***(в % к числу публикаций)***

Темы, сферы *Ранжировано по 2-й колонке*	**Данные опроса**		**Данные контент-анализа**	
	Тема очень важная %	**Ранг**	**%**	**Ранг**
Состояние ЖКХ, деятельность жилищно-коммунальных служб	86	**1**	6,5	**9**
Строительство, ремонт дорог, других коммуникаций	81	**2**	1,8	**22**
Строительство, ремонт муниципального жилья	79	**3**	2,0	**21**
Работа городских органов власти	76	**4-5**	12,4	**2**
Сфера здравоохранения (обеспеченность медучреждениями, кадры, оплата труда, оборудование, качество медицинских услуг и т.п.)	76	**4-5**	4,4	**12**
Транспортное обеспечение, работа городского транспорта	74	**6**	2,9	**17**
Сфера образования (обеспеченность и состояние учебных заведений, кадры, качество образования, развитие профтехобразования и т.п.)	71	**7-8**	8,8	**6**
Социальное обеспечение (пенсионная сфера, инвалиды, многодетные семьи и т.п.)	71	**7-8**	6,6	**8**
Работа органов правопорядка, борьба с преступностью	67	**9**	10,6	**4**

[2] При сопоставлении нужно иметь в виду, что в кодификаторе контент-анализа позиций было больше, чем в опросе редакторов и журналистов.

Окончание табл. 1

Развитие производственной сферы, промышленных предприятий, среднего и малого бизнеса	66	**10**	4,3	**13**
Экономика города в целом	63	**11**	2,5	**19**
Сфера культуры (обеспеченность учреждениями культуры, кадры, материально-технические, финансовые условия и т.п.)	61	**12**	9,0	**5**
Экология, благоустройство, озеленение городов	60	**13**	2,9	**18**
Сфера занятости, развитие рынка труда, создание рабочих мест	56	**14**	1,3	**23**
Местное (муниципальное) самоуправление	54	**15**	5,7	**11**
Семейная тематика, воспитание детей	50	**16**	6,2	**10**
Морально-этическая тематика	49	**17-18**	3,3	**14**
Молодежная тематика	49	**17-18**	3,1	**15**
Спорт, физкультура, досуг, туризм, отдых	48	**19**	16,2	**1**
Сельское хозяйство, приусадебное хозяйство	46	**20**	3,1	**16**
Происшествия, криминал	44	**21**	10,8	**3**
Работа учреждений торговли (обеспеченность товарами, ценовая политика, культура торговли и т.п.)	39	**22**	2,4	**20**
История, этнография, народные промыслы туристический потенциал города	38	**23**	7,5	**7**

Если анализировать тематическую модель по первой колонке «тема очень важная», то окажется, что первоочередными (от 60 до 86% ответов) сотрудники редакций считают социальные темы, все, что связано с повседневной жизнью города и его жителей: ЖКХ, строительство и ремонт муниципального жилья, дорог, работа городского транспорта, экология, благоустройство, социальное обеспечение, работа и недостаточная финансовая, кадровая база учреждений образования, здравоохранения и культуры, то есть именно те темы, которые являются самыми актуальными и проблемными для жителей этих городов и должны быть в центре внимания данных газет. Важными считают сотрудники редакций и работу городских органов власти, органов правопорядка, борьбу с преступностью. В ряду приоритетных тем – экономика города, развитие производственной сферы, промышленных предприятий, среднего и малого бизнеса, сфера

занятости, развитие рынка труда, создание рабочих мест, поскольку в большинстве малых и средних городов эти сферы в кризисе.

Однако сопоставление представлений редакторов и журналистов газет этого типа о желаемой тематической модели с данными контент-аналитического исследования, то есть с реальной картиной, отчетливо показывает по ряду тематических позиций значительные несовпадения модельной и реальной структуры контента.

Исследование содержания показало, что на первых местах – публикации о работе местных органов власти, которые и в тематической модели, нарисованной сотрудниками редакций, тоже занимали приоритетные позиции. Это объясняется близостью к местной власти и нацеленностью на реализацию ее решений.

Но если посчитать вместе позиции кодификатора «досуг» (8,3%) и «спорт» (7,9%), как это было объединено в анкете для редакторов и журналистов, то окажется, что эта тема вообще доминирует среди всех других, составляя в сумме по числу упоминаний 16,2%. В то же время тематика досуга в опросе о важных темах была только на 20-м месте. На 3-м месте в реальном контенте оказалась криминальная тематика, которая занимает в желаемой модели 22 место. Причины этого понять можно. Публикации, связанные с проведением досуга и криминальными событиями, происшествиями, традиционно привлекают внимание читателей и игнорировать это редакция, находящаяся в трудном экономическом состоянии, не может.

Значительные несовпадения касаются и других аспектов содержания газет. Темы, которые занимают в высказываниях сотрудников редакций о тематической модели первые три места (ЖКХ, строительство и ремонт дорог, строительство и ремонт муниципального жилья), в реальном контенте на 9, 21 и 22 местах. Сюда надо добавить еще транспортное обслуживание (6 и 17 места соответственно).

Недостаточно внимания уделяется и социальным проблемам (социальное обеспечение, сфера занятости, производственные проблемы, экономика), которые особенно волнуют горожан и о которых сотрудники газет говорили как об очень важных.

Но есть и некоторые положительные расхождения. На 23-м месте среди тем, которые журналисты считают важными, неправомерно оказались история, этнография, народные промыслы и туристический потенциал города, а в реальном контенте эта тема на 7 месте. Сфере культуры газеты тоже реально уделяют бóльшее внимание, чем представляется самим сотрудникам газет (5 в контенте и 12 место в опросе).

Более детальный анализ *по типу изданий,* выходящих в средних городах (СГ) и малых городах (МГ), показывает, что они отличаются по содержанию (см. табл. 2.).

Таблица 2

Тематика публикаций *(в % к числу публикаций)*

ТЕМЫ *Ранжировано по 4-й колонке*	**СГ N=1999**	**МГ N=1877**	**ОБЩЕЕ N=3876**
Работа городских органов власти	11,9	12,9	**12,4**
Происшествия, криминал	16,1	5,3	**10,8**
Работа органов правопорядка, борьба с преступностью	16,3	4,6	**10,6**
Сфера культуры (обеспеченность учреждениями культуры, кадры, материально-технические, финансовые условия и т.п.)	7,8	10,3	**9,0**
Сфера образования (обеспеченность и состояние учебных заведений, кадры, качество образования, развитие профтехобразования и т.п.)	8,4	9,3	**8,8**
Досуг, отдых, туризм	8,2	8,5	**8,3**
Спорт, физкультура	5,4	10,5	**7,9**
История, этнография, народные промыслы, тур. потенциал	5,3	9,9	**7,5**
Социальное обеспечение (пенсионная сфера, инвалиды, детские дома, помощь многодетным семьям и т.п.)	5,7	7,5	**6,6**
Состояние ЖКХ, деятельность жилищно-коммунальных служб	4,3	8,8	**6,5**
Семейная тематика, воспитание детей	6,9	5,6	**6,2**
Патриотическое воспитание	7,5	3,9	**5,8**
Местное (муниципальное) самоуправление	3,2	8,3	**5,7**
Сфера здравоохранения (обеспеченность медучреждениями, кадры, оплата труда, оборудование, качество и платность мед. услуг и т.п.)	4,8	4,0	**4,4**
Развитие производственной сферы, промышленных предприятий, среднего и малого бизнеса	4,0	4,6	**4,3**
Морально-этическая тематика	4,1	2,3	**3,3**
Чрезвычайные ситуации, МЧС, безопасность, гражданская оборона	3,7	2,8	**3,3**
Сельское хозяйство, приусадебное хозяйство	2,6	3,7	**3,1**
Молодежная тематика	1,9	4,5	**3,1**
Транспортное обеспечение, работа городского транспорта	2,6	3,4	**2,9**
Экология, благоустройство, озеленение городов	2,3	3,5	**2,9**

Окончание табл. 2

Стиль жизни, внешность, мода, здоровый образ жизни и т.п.	3,8	1,9	**2,8**
Военные конфликты, военная служба	2,3	2,8	**2,6**
Экономика города в целом *(бюджет, финансы, налоги)*	1,8	3,3	**2,5**
Работа учреждений торговли (обеспеченность товарами, ценовая политика, культура торговли и т.п.)	2,5	2,2	**2,4**
Религия, милосердие, благотворительность	3,3	1,5	**2,4**
Домоводство, быт, дизайн дома	2,4	2,1	**2,2**
Строительство, ремонт муниципального жилья	0,6	3,6	**2,0**
Строительство, ремонт дорог, других коммуникаций	1,2	2,4	**1,8**
Сфера занятости, развитие рынка труда, создание рабочих мест	1,5	1,3	**1,3**
Демография	0,3	1,3	**0,8**
Миграция, межнациональные отношения	0,7	0,4	**0,6**
Гендерная тематика	0,5	0,7	**0,6**
Психология взаимоотношений, сфера сексуальных отношений	0,6	0,5	**0,5**
Сад, огород, устройство приусадебного участка и т.п.	0,3	0,4	**0,4**
Необычные явления, астрология и пр.	0,2	0,1	**0,1**
Работа общественных организаций, защита прав граждан	0,2	1,0	**0,5**
Работа со СМИ	1,0	-	**0,5**
Международные отношения	-	0,2	**0,1**

Нетрудно заметить, что в контенте газет *средних городов* в три раза больше, чем в малых публикаций о криминале и происшествиях и, соответственно, о работе органов правопорядка. Это связано, на наш взгляд, с двумя причинами. Естественно, что чем больше город, тем чаще там случаются различные правонарушения. Но это объясняется также и тем, что издания средних городов, где чаще, чем в малых городах, учредителями являются частные лица, более коммерциализированны. Их сотрудники активнее «эксплуатируют» такого рода интересы аудитории.

В целом сравнение контента с тематической моделью, которая была представлена при опросе редакторов и журналистов газет средних городов, показывает, что она по некоторым параметрам значительно не совпадает с реальным содержанием газет, если сравнивать

ранги. Особенно это касается ЖКХ, состояния транспорта, дорог. Значит, свои приоритеты редакторы и журналисты не имеют возможности в полной мере реализовать на практике, в том числе и в связи с финансовым состоянием газет и необходимостью работать «на потребу» аудитории, а не следовать реальным нуждам горожан.

Газеты *малых городов* ближе, как показало исследование, к своей аудитории, да и к своему учредителю – городским органам власти. На первом месте – работа органов власти, которые обычно бывают и учредителями изданий. Но весьма почетное место в контенте занимают культура, история, этнография, образование и спорт. Немаловажными оказываются для газет малых городов и проблемы муниципального самоуправления, деятельность жилищно-коммунальных служб, социальное обеспечение (пенсионная сфера, инвалиды, детские дома, помощь многодетным семьям и т.п.). Не забыты семейная тематика, воспитание детей, патриотическое воспитание (Фролова, 2014).

Хотя относительно газет малых городов замечено меньше расхождений между мнениями о желаемой модели и реальным содержанием газет, но «в минусе» такие темы, как здравоохранение, состояние дорог, производственные и экономические проблемы, занятость населения.

Итак, малые газеты оказываются ближе к своей аудитории и ее нуждам, чем издания средних городов. А их сотрудники более точно реализуют свои представления о важных для газет темах.

Однако наличие публикаций о конкретных темах еще не говорит о том, как они освещаются, хотя это крайне важно для качественного анализа работы редакций. Поэтому в кодификаторе для контент-анализа публикаций были предусмотрены оценочные шкалы: позитивное освещение темы, нейтральное/сбалансированное и негативное. Проанализируем полученные результаты (см. табл. 3).

Таблица 3

Модальность публикаций *(в % к числу публикаций)*

ТЕМЫ *Ранжировано по 2-й колонке*	**Модальность публикаций**		
	Позитив.	**Нейт. Сбал.**	**Критич.**
Сфера образования (обеспеченность и состояние учебных заведений, кадры, качество образования, развитие профтехобразования и т.п.)	**6,3**	2,0	0,3
Сфера культуры (обеспеченность учреждениями культуры, кадры, материально-технические, финансовые условия и т.п.)	**5,9**	2,7	0,2

Продолжение табл. 3

Досуг, отдых, туризм	**5,4**	2,8	0,1
История, этнография, народные промыслы, тур. потенциал	**5,3**	2,2	0,2
Работа городских органов власти	**5,0**	6,5	0,7
Спорт, физкультура	**4,7**	3,0	0,2
Патриотическое воспитание	**4,6**	1,03	0,05
Семейная тематика, воспитание детей	**4,4**	1,5	0,3
Социальное обеспечение (пенсионная сфера, инвалиды, детские дома, помощь многодетным семьям и т.п.)	**3,6**	2,3	0,6
Местное (муниципальное) самоуправление	**2,9**	2,3	0,5
Развитие производственной сферы, промышленных предприятий, среднего и малого бизнеса	**2,7**	1,3	0,4
Морально-этическая тематика	**2,4**	0,4	0,5
Работа органов правопорядка, борьба с преступностью	**2,1**	8,4	0,2
Молодежная тематика	**2,1**	0,7	0,3
Состояние ЖКХ, деятельность жилищно-коммунальных служб	**1,9**	2,6	2,0
Сельское хозяйство, приусадебное хозяйство	**1,9**	1,01	0,2
Сфера здравоохранения (обеспеченность медучреждениями, кадры, оплата труда, оборудование, качество и платность мед. услуг и т.п.)	**1,9**	2,0	0,6
Религия, милосердие, благотворительность	**1,7**	0,7	0,02
Домоводство, быт, дизайн дома	**1,5**	0,7	0,05
Экология, благоустройство, озеленение городов	**1,3**	1,05	0,5
Транспортное обеспечение, работа городского транспорта	**1,2**	1,1	0,6
Стиль жизни, внешность, мода, здоровый образ жизни и т.п.	**1,1**	1,03	0,07
Чрезвычайные ситуации, МЧС, безопасность, гражданская оборона	**1,1**	1,8	0,4
Военные конфликты, военная служба	**1,0**	1,4	0,1
Работа учреждений торговли (обеспеченность товарами, ценовая политика, культура торговли и т.п.)	**0,9**	0,9	0,6
Экономика города в целом *(бюджет, финансы, налоги)*	**0,7**	1,5	0,3

Окончание табл. 3

Сфера занятости, развитие рынка труда, создание рабочих мест	**0,7**	0,5	0,1
Строительство, ремонт муниципального жилья	**0,7**	1,05	0,3
Происшествия, криминал	**0,6**	9,5	0,8
Строительство, ремонт дорог, других коммуникаций	**0,5**	0,6	0,6
Демография	**0,5**	0,3	0,02
Работа со СМИ	**0,5**	-	-
Психология взаимоотношений, сфера сексуальных отношений	**0,4**	0,1	0,02
Гендерная тематика	**0,3**	0,2	0,1
Сад, огород, устройство приусадебного участка и т.п.	**0,3**	0,02	0,02
Работа общественных организаций, защита прав граждан	**0,3**	0,2	
Миграция, межнациональные отношения	**0,2**	0,2	0,1
Необычные явления, астрология и пр.	**0,05**	0,07	-

И беглого взгляда на характер публикаций достаточно, чтобы понять, что в проанализированных изданиях в основном преобладают материалы положительного характера и очень мало критических. Чаще всего (от 6,3 до 5 % по убывающей) позитивно освещаются события и персоны в сфере образования, культуры, истории, досуга а также работа городских органов власти. Более детальную информацию на этот счет дает качественный текстологический анализ газет. Это обычно касается зарисовок о хороших людях, педагогах, врачах, работниках культуры, освещения культурных и досуговых мероприятий, решений и действий местных властей. В общую копилку таких публикаций входят и материалы о памятных датах.

Безусловно, позитивный настрой аудитории очень важен, но проблем в жизни городов и горожан сегодня много, и они должны адекватно оцениваться на страницах газет. Однако критических материалов крайне мало. Это оказалось неожиданным в контексте проведенного опроса в редакциях, где тема неблагополучных сторон в жизни городов и горожан была одной из главных. Например, контент-анализ показал, что только в 0,7% критикуются городские органы власти, а по результатам опроса видно, что в этой сфере есть серьезные проблемы. Но газеты небезосновательно опасаются критиковать начальство, поэтому срабатывает механизм самоцензуры.

Критический взгляд присутствует при освещении очень малого круга тем. Только состояние ЖКХ, деятельность жилищно-комму-

нальных служб критикуются в 2% публикаций. Остальные темы набирают меньше процента. Разница в оценках между газетами разных локальностей невелика.

О слабом аналитическом потенциале местных газет говорят данные исследования проблематики публикаций.

Проблематика и способы освещения проблем

Картина городской жизни, представляемая газетой, должна быть связана не только с оперативным освещением каждодневных событий, но и с отражением важнейших тенденций, процессов в экономической, политической и культурной сферах жизни города. Это предполагает анализ актуальных проблем, оценок, мнений, доказательную критику негативных явлений, предложения по их решению, выработку эффективных моделей поведения властей и горожан.

Проведенный ранее опрос редакторов и журналистов показал, что они отчетливо осознают проблемы своих городов, интересы местных жителей, их нужды, поэтому доминанты в желаемой содержательно-тематической модели изданий выстраиваются в соответствии с наиболее неблагополучными сторонами жизни горожан, что, учитывая реальное положение многих городов, естественно. Это обнаружилось на первом этапе проекта при опросе редакторов и журналистов, где был предусмотрен открытый вопрос о самых важных проблемах города. Напомним полученную информацию (см. табл. 4).

Таблица 4

Ответы на открытый вопрос: «Каковы самые важные проблемы вашего города?» ***(абс.)***

ПРОБЛЕМЫ	СГ	МГ	Общее
Безработица, разрушена промышленность, закрыты градообразующие предприятия, крупные производства, упадок сельского хозяйства, нет рабочих мест, негде работать молодежи	37	39	**76**
ЖКХ (ремонт, нет жилья, отсутствие жилого фонда социального найма, бесконтрольность в этой сфере, нет ТСЖ, нет газификации, проблемы с канализацией и водоснабжением)	19	28	**47**
Сокращение численности и старение населения, дефицит кадров, отток населения в крупные города, молодежь остается там, где училась, нет мест для досуга молодежи, апатия молодежи, миграционная политика	20	18	**38**

Окончание табл. 4

Отсутствие благоустройства (неразвитость инфраструктуры, мало налогов остается в городском бюджете, не хватает денег на благоустройство), плохая экология (плохая вода, воздух, нет очистных сооружений, свалки и т.п.)	21	13	**34**
Низкие зарплаты, низкий уровень жизни, высокие цены на все	13	14	**27**
Плохое состояние дорог, транспорта, дороговизна транспорта	9	18	**27**
Бедственное положение культуры и образования, низкий культурный уровень, полуразрушенные памятники архитектуры, невнимание к историческому наследию (нехватка кадров, не финансируется, нет лицеев, гимназий)	8	14	**22**
Здравоохранение (платность, нет кадров, нет специалистов, диагностики)	8	14	**22**
Некомпетентность и кадровый голод в руководстве города, отсутствие ярких людей в руководстве, слабая власть, отсутствие воли что-то решать и делать, коррупция, закрытость власти, отсутствие системности в решении вопросов, разрыв между местной властью и человеком, гражданским обществом, имитация обратной связи, бюрократия	10	10	**20**
Бюджетный дефицит муниципалитетов, экономическая нестабильность, нет инвестиций, снижение финансовых поступлений в бюджет	8	11	**19**
Нехватка мест в детсадах	4	3	**7**
Кадровый голод в полиции, преступность, криминал	13	3	**6**
Алкоголизация, апатия, депрессивность	3	3	**6**
Слабо диверсифицирована экономика, не развит малый и средний бизнес, альтернативные основному производству сегменты экономики, нет пищевой промышленности, работают в основном торговые предприятия		6	**6**

Ответы редакторов и журналистов единодушны: основная проблема – безработица, поскольку закрылись предприятия, негде работать молодежи, которая уезжает в крупные города. Тесно связана с этими процессами проблема сокращения численности и старения населения. В целом все это, плюс малые бюджеты муниципалитетов, отсутствие инвестиций в производство приводит к экономической нестабильности данных городов, к низким зарплатам и невысокому жизненному уровню населения.

Следствием этого являются и проблемы в городском хозяйстве, жилищно-коммунальной сфере, экологии и благоустройстве, состоянии учреждений культуры, здравоохранения и образования – нет

квалифицированных кадров, плохое материальное обеспечение. Особенно «кричащие» проблемы в ЖКХ: отсутствие жилья, плохой ремонт, бесконтрольность в этой сфере, проблемы с газификацией, канализацией и водоснабжением, плохое состояние дорог и работа транспорта, его дороговизна.

И часто все это замыкается не только на объективных экономических факторах, но на недостатках в работе властей, слабом менеджменте, неспособности искать новые источники развития городов, например, развивать малый и средний бизнес, экологический туризм и т.п. Все это имеет и серьезные психологические последствия: апатия, депрессия людей, алкоголизм.

И естественно, что в контенте должны быть отражены самые острые проблемы городов. Поэтому проанализируем данные по количеству и процентному соотношению проблемных публикаций в газетах. *В средних городах публикаций, в которых поднимаются проблемы, 19,5%. В малых городах – 30,8%. В целом по массиву –25,0%.*

Таким образом, публикаций, в которых пишется о проблемах, больше в изданиях малых городов, Это объясняется, очевидно, тем, что в малых городах меньше ресурсов и потому больше проблем, особенно связанных с финансовым обеспечением разных социальных сфер. Скорее всего, есть и другая причина – жителям малого города легче проверить объективность публикации своим личным повседневным опытом.

Предпримем более детальный анализ проблематики попавших в выборку газет (см. табл. 5).

Таблица 5

Проблемы ***(в % к числу публикаций, в которых поднимаются проблемы)***

ПРОБЛЕМЫ ***Ранжировано по 4-й колонке***	**СГ**	**МГ**	**Общее**
Социальные болезни и проблемы	15,1	16,3	**15,8**
Проблемы ЖКХ	12,6	17,6	**15,6**
Плохое состояние транспортной инфраструктуры	8,5	6,4	**7,2**
Экономические, производственные проблемы	5,9	6,2	**6,1**
Морально-этические, духовные, ценностные проблемы, религия	8,7	4,3	**6,1**
Проблемы становления и функционирования гражданского сектора	11,8	1,9	**5,9**
Социальные проблемы	3,3	6,2	**5,1**
Проблемы в области здравоохранения	2,3	5,4	**4,1**

Окончание табл. 5

Проблемы экологии	2,3	4,8	**3,8**
Низкий уровень жизни населения	3,1	3,1	**3,1**
Проблемы, связанные с работой правоохранительных органов	3,3	2,9	**3,0**
Проблемы в области образования	3,1	2,8	**2,9**
Проблемы в области градостроительства и благоустройства населенных пунктов	1,5	3,8	**2,9**
Проблемы семьи	4,9	1,7	**2,9**
Проблемы в области культуры	1,0	4,0	**2,8**
Проблемы функционирования муниципальных организаций	1,8	3,1	**2,6**
Молодежные проблемы	2,3	2,1	**2,2**
Неэффективность работы государственных властных структур	0,3	3,1	**1,9**
Финансовые и иные злоупотребления	2,3	1,4	**1,8**
Безработица	1,0	0,7	**0,8**
Демографические проблемы	0,3	1,0	**0,7**
Гендерные, женские проблемы	0,5	0,9	**0,7**
Проблемы межнациональных отношений	0,5	0,2	**0,3**

Первые два места в проблемном рейтинге (около 16%) занимают социальные «болезни» и проблемы ЖКХ. В зоне от 5 до 7% – плохое состояние транспортной инфраструктуры, экономические, производственные проблемы, морально-этические, духовные, ценностные проблемы, проблемы становления и функционирования гражданского сектора и социальные проблемы.

К сожалению, действительно важнейшая проблема – низкий уровень жизни населения – обсуждается всего в 3,1 % публикаций, безработица – в 0,8%. Проблемы руководства городами поднимаются примерно в 2 % публикаций, но если в газетах малых городов таких материалов 3,1%, то в средних городах – всего 0,3%. Крайне редко обсуждаются злоупотребления в финансовой и экономической сферах. Острые демографические и молодежные проблемы тоже не в фокусе внимания журналистов.

Проблематику в зависимости *от типа изданий (газеты средних и малых городов*) можно проследить на основе полученных данных. Хотя две самые острые проблемы – социальные болезни и проблемы ЖКХ в газетах и средних и малых городов одинаково занимают первые позиции, по другим позициям есть существенная разница. Осо-

бенно наглядно она проявляется относительно проблем становления и функционирования гражданского сектора (11,8% публикаций в газетах средних городов и только 1,9% в изданиях малых городов, где данный сектор не развит). Это подтверждают и результаты опроса редакторов и журналистов: в редакциях средних городов этот вопрос считают более важным, чем их коллеги из малых городов.

В то же время нельзя не заметить, что морально-этические проблемы и проблемы семьи реже поднимаются в малых газетах, в отличие от средних, где, очевидно, чаще и острее возникают сложности в этих сферах.

Рассмотрим теперь содержание укрупненных проблем поэлементно (см. табл. 6).

Таблица 6

Проблемы ***(в % к числу проблем в целом (выделено полужирным) и к числу каждой из комплексных проблем (светлым)***[3]

Социальные болезни и проблемы	**15,8**
Криминал	83,1
Алкоголизм	25,4
Наркомания	10,2
Девиантное поведение, самоубийства	5,1
Детская преступность, наркомания, алкоголизм, проституция	3,4
Игромания	3,4
Проблемы ЖКХ	**15,6**
Недостатки в области газификации, проблемы с канализацией и водоснабжением, ремонтом	40,8
Содержание жилого фонда и территории	38,8
Бесконтрольность в данной сфере, недостатки в работе системы товариществ ТСЖ, управляющих компаний	14,3
Рост тарифов ЖКХ	10,2
Недостаток жилья, отсутствие жилого фонда социального найма, информации о строительстве и вводе жилья в городе	2,0
Отсутствие нормативно-правовой базы, регулирующей те или иные отношения в сфере ЖКХ	2,0
Плохое состояние транспортной инфраструктуры	**7,2**
Несоблюдение правил поведения на дорогах	63,6

[3] В итоговой таблице с целью ее сокращения опущены позиции кодификатора, которые остались не заполненными, хотя они несут важную информация о тех проблемах, которые совсем не поднимаются на страницах газет.

Продолжение табл. 6

Плохая организация работы транспорта	24,2
Недостаток дорог, плохое состояние дорог	12,1
Плохое состояние и недостаток транспорта	9,1
Экономические, производственные проблемы	**6,1**
Упадок сельского хозяйства, недостаток инвестиций	26,3
Банкротство, долги	26,3
Не развит малый и средний бизнес	15,8
Экономические преступления	10,5
Разрушена промышленность, закрыты градообразующие предприятия, крупные производства, не создаются новые рабочие места	5,3
Морально-этические, духовные, ценностные проблемы, религия	**6,1**
Падение нравов, размывание нравственных ценностей	41,2
Проблемы воспитания патриотизма	29,4
Проблемы самоидентификации, продолжения отечественных традиций	29,4
Безверие, апатия, бездуховность	8,8
Превалирование телесного над духовным	2,9
Проблемы становления и функционирования гражданского сектора	**5,9**
Слаборазвитая структура общественных организаций	66,7
Неумение профсоюзного лидера выстроить отношения с работодателем	33,3
Социальные проблемы	**5,1**
Проблемы помощи инвалидам, отсутствие доступной среды для инвалидов, помощь ветеранам, дома для престарелых	42,9
Некомпетентность соцработников, нехватка соц. работников	35,7
Пенсии, пособия	14,3
Отсутствие/недостаток детсадов, детских лагерей и т.п.	7,1
Проблемы сиротства, беспризорные дети	7,1
Проблемы в области здравоохранения	**4,1**
Недостаток финансирования	33,3
Отсутствие современного оборудования, низкий уровень медицинских услуг	22,2
Недостаток квалифицированных специалистов	11,1
Нарекания в работе скорой помощи	11,1
Плохая организация работы медучреждений, непрофессионализм мед. сотрудников	11,1

Продолжение табл. 6

Проблемы экологии	**3,8**
Отсутствие мер по сохранности и обновлению лесных массивов и зеленых насаждений.	44,4
Работа предприятий, нарушающих природоохранное законодательство	22,2
Плохое качество воды, воздуха, отсутствие или недостаток очистных сооружений, свалки и т.п.	22,2
Несовершенное природоохранное законодательство	11,1
Низкий уровень жизни населения	**3,1**
Поляризация уровня жизни различных слоев населения	58,3
Низкие зарплаты, несправедливость в оплате труда, бедность	25,0
Высокие цены на товары и продукты, рост цен	16,7
Проблемы, связанные с работой правоохранительных органов	**3,0**
Правовая безграмотность населения	93,3
Усиление криминогенной ситуации	20,0
Проблемы в области образования	**2,9**
Недостатки в работе органов образования	45,5
Недостаток финансирования	18,2
Неэффективная образовательная политика	18,2
Недостаточное количество школ, лицеев, гимназий	9,1
Недостаточный уровень образования населения	9,1
Проблемы в области градостроительства и благоустройства населенных пунктов	**2,9**
Недостатки в благоустройстве	100,0
Проблемы семьи	**2,9**
Трудности, связанные с воспитанием детей	42,1
Проблемы выживания, финансовые трудности семьи	31,6
Взаимоотношения в семье	21,1
Неполные семьи	21,1
Проблемы во взаимоотношениях поколений	10,5
Проблемы в области культуры	**2,8**
Разрушение культурного наследия, памятников истории, архитектуры, отсутствие средств на их восстановление	75,0
Плохо развитая система и недостаточное количество учреждений культуры	50,0
Проблемы функционирования муниципальных организаций	**2,6**
Кадровые, организационные проблемы	85,7

Окончание табл. 6

Недостатки законодательной базы	42,9
Молодежные проблемы	**2,2**
Отсутствие внятной молодежной политики	42,9
Преступность среди молодежи	42,9
Проблемы в организации досуга, спорта и т.п.	28,6
Неэффективность работы государственных властных структур	**1,9**
Некомпетентность чиновников, недостаток квалифицированных кадров, слабая власть, отсутствие воли что-то решать и делать, отсутствие системности в решении вопросов	50,0
Бюрократизм, равнодушие к нуждам горожан, разрыв между местной властью и человеком, гражданским обществом, имитация обратной связи	50,0
Финансовые и иные злоупотребления	**1,8**
В органах социального обеспечения населения	55,6
В органах здравоохранения	33,3
На частных предприятиях. Теневая экономика, серые зарплаты, криминализация бизнеса, закрытость бизнеса, сокрытие доходов, уход от налогов	11,1
Несвоевременная выплата зарплаты работникам	11,1
Безработица	**0,8**
Безработица	78,6
Недостаток рабочих мест	14,3
Беззащитность работающих на частных предприятиях, произвол с увольнениями работников, отсутствие социальных гарантий	14,3
Недостаток квалифицированных работников	7,1
Демографические проблемы	**0,7**
Сокращение численности, низкий уровень рождаемости, старение населения	50,0
Внутренняя миграция, отток населения в крупные города, прежде всего молодежи	50,0
Гендерные, женские проблемы	**0,7**
Женская преступность, наркомания, алкоголизм, проституция	100,0
Проблемы межнациональных отношений	**0,3**
Проблемы адаптации и условий жизни мигрантов, беженцев	100,0

Не будем пересказывать таблицу. Проблемы, которые поднимаются внутри каждого блока, отчетливо видны. В целом заметно, что более активно в газетах отражаются реальные проблемы, связанные с повседневной жизнью человека и его поведением, с социальными болезнями, морально-этическими вопросами, с преступностью.

Контент-анализ подтверждает существование ограничений на освещение некоторых тем и проблем, о которых в ходе опроса говорили редакторы и журналисты (см. табл. 7).

Таблица 7

Ответы на вопрос: «Каковы наиболее острые, злободневные проблемы, которые Вы хотели бы, но по каким-то причинам не можете поднять в вашем издании?»
(в % к числу опрошенных)

Варианты ответов	СГ	МГ	Среднее
Работа властных структур, некомпетентность чиновников, коррупция, случаи нарушения правовых норм ответственными лицами, равнодушие к нуждам горожан	46	54	50
Теневая экономика, криминальный бизнес	31	28	29
Злоупотребления в здравоохранении, образовании, сфере спорта и пр.	24	27	25
Безработица, несправедливость в оплате труда, беззащитность работающих на частных предприятиях и т.п.	19	25	22
Методы работы органов внутренних дел, коррупция представителей полиции	14	27	21
Недостаточность финансирования на муниципальном уровне	7	27	18
Проблемы экологии области, города, района (в т.ч. работа предприятий, нарушающих природоохранное законодательство)	16	18	17
Формирование и расходование городского бюджета	13	14	14
Поляризация уровня жизни населения города	7	17	12
Проблемы сокрытия доходов, ухода от налогов	21	14	11
Разрушение культурного наследия, памятников истории, нарушения в градостроительстве	11	11	11
Другое	14		7
Затрудняюсь ответить, нет ответа	13		7

Проблемы с освещением острых тем связаны, главным образом, с непрозрачностью деятельности властей, со злоупотреблениями в сфере бизнеса и деятельности различных городских организаций. Труднопроходимы для публикации темы о недостатках в работе властей, некомпетентности чиновников. В значительной мере закрытой темой являются расходование городского бюджета, теневой бизнес, сокрытие налогов. На эту тему практически нет публикаций. Непросто печатать материалы о злоупотреблениях в учреждениях здравоохранения, образования, о несправедливости в оплате труда, поляризации в доходах и уровне жизни населения. Горячая тема – разрушение исторических па-

мятников в связи с новым строительством и недостатком финансирования. Поэтому ограничение профессиональной независимости редакций негативно сказывается на характере публикуемых материалов и тем самым на эффективности местных газет и снижении их роли в обсуждении и решении острых проблем, хотя ситуация за последние годы несколько улучшилась.

В программе контент-аналитического исследования было предусмотрено изучение того, каким образом освещаются поднятые в газетах проблемы: просто констатируется их наличие, или они анализируется, или предлагается их решение (см. табл. 8).

Таблица 8

Способы подачи публикаций о проблемах
(в % к числу упоминаний конкретной проблемы по горизонтали)

ПРОБЛЕМЫ ***Ранжировано по 3-й колонке***	**Констатация**	**Анализ**	**Предложение решения**
Финансовые и иные злоупотребления	88,9	**22,2**	
Проблемы функционирования муниципальных организаций	100,0	**14,3**	14,3
Проблемы ЖКХ	67,3	**12,2**	28,6
Проблемы семьи	84,2	**5,3**	36,8
Экономические, производственные проблемы	73,7	**5,3**	21,1
Морально-этические, духовные, ценностные проблемы	67,6	**2,9**	47,1
Социальные болезни и проблемы	94,9	**1,7**	33,9
Проблемы, связанные с работой правоохранительных органов	100,0		13,3
Проблемы в области культуры	100,0		25,0
Гендерные, женские проблемы	100,0		
Молодежные проблемы	100,0		14,3
Социальные проблемы	92,9		14,3
Низкий уровень жизни населения	91,7		8,3
Проблемы в области образования	90,9		9,1
Проблемы в области здравоохранения	88,9		11,1
Проблемы становления и функционирования гражданского сектора	75,0		25,0
Плохое состояние транспортной инфраструктуры	57,6		51,5
Демографические проблемы	50,0		50,0

Окончание табл. 8

Проблемы межнациональных отношений	50,0		50,0
Неэффективность работы государственных властных структур			100,0
Проблемы в области градостроительства и благоустройства населенных пунктов			100,0

Как видим, в основном в публикациях преобладает констатация проблемы, а не ее анализ. В перечне, включающем 21 комплексную проблему, только в 7, то есть в одной трети, есть анализ проблемной ситуации. Это касается финансовых и иных злоупотреблений, функционирования муниципальных организаций, ЖКХ, экономических, производственных проблем. В небольшом количестве публикаций анализируются социальные болезни типа алкоголизма, наркомании, а также проблемы семьи и морально-этические, духовные, ценностные проблемы.

Показательно, что в своих публикациях журналисты предлагают решение проблемы без достаточного их обоснования. Такие предложения звучат по самым животрепещущим городским проблемам: благоустройство, транспорт, ЖКХ.

Основные выводы исследования

Исследование показало, что в целом структура контента рассмотренных газет средних и малых городов не является оптимальной. Почти половина всех публикаций (46,7%) приходится на рекламу. Около 10% – составляют официальные материалы, а по объему они занимают значительную площадь газеты, иногда несколько страниц, если печатаются на платной основе. Еще 13,2% общего количества публикаций – иллюстрации. Таким образом, на тексты, которые можно назвать собственно журналистскими, приходится всего 22,4%, то есть чуть больше пятой части по числу публикаций. Среди них половину составляют небольшие заметки и хроника. Такое неоправданное сужение журналистского контента, снижающего его социальный потенциал, связано, как минимум, с двумя обстоятельствами: слабым финансовым состоянием редакций, которые вынуждены зарабатывать на свое обеспечение рекламой, печатая официальные документы на платной основе или по требованию учредителя, что связано с желанием местных властей как можно более активно продвигать свои решения в массовую аудиторию. При этом отчасти деформируется корневая функция местной прессы – давать широкую панораму жизни города и помогать местным жителям решать их проблемы, удовлетворять широкие информационные инте-

ресы. В рамках дефицита газетной площади реализовать это сложно. Реклама, конечно, тоже удовлетворяет спрос местных жителей на информацию, касающуюся услуг и товаров. И основные официальные документы, безусловно, необходимы, так как ориентируют население на проблемы, которые решаются в данном регионе, помогают мобилизовать горожан к участию в их реализации. Но суть проблемы в дисбалансе, диспропорциях различных частей контента.

Анализ тематической и проблемной структуры содержания газет показал, что они в целом являются универсальными изданиями, освещающими различные аспекты жизни городов, и в значительной степени отвечают потребностям и интересам своей аудитории в местной информации. Содержательно-тематическая структура газет средних и малых городов достаточно широка и разнообразна, представлены наиболее значимые тематические направления, и она в целом адекватна интересам горожан, соответствует набору важных для жителей тем и проблем, связанных с их повседневной жизнью и основными базовыми потребностями, позволяет формировать достаточно разностороннюю медиакартину города. Издания (особенно малых городов) стараются сохранить культурно-просветительское направление, немало внимания уделяют культуре, истории, традициям городов, семье, воспитанию, в том числе патриотическому, освещают социальную тематику.

Тематическая модель, представленная редакторами и журналистами в ходе опроса, которая, по их мнению, соответствует функциям локальных газет, реализуется ими на практике далеко не в полной мере. Характеризуя тематическую модель как социальную, направленную на участие газеты в решении непосредственных нужд граждан, редакции вынуждены работать по модели, приближенной к коммерческой, ориентированной на «облегченные» интересы читателей, прежде всего связанные с проведением досуга и острыми криминальными событиями. Это объясняется, в первую очередь, недостатком средств и необходимостью их зарабатывать, поскольку существующей экономической поддержки, как выяснилось в опросе, явно недостаточно.

Сопоставление данных контент-занализа, касающихся тематики публикаций, с опросом редакционных сотрудников показывает, что журналисты нередко преувеличивают внимание газеты к одним темам и преуменьшают – к другим, не вполне осознают существующий тематический дисбаланс. В этой связи был бы полезен постоянный редакционный мониторинг тематики публикаций, что, применяя современные информационные технологии, делать несложно.

Проблемное поле газет достаточно широко и охватывает самые важные и острые для таких городов и их жителей вопросы. В целом внимание газет к проблемам средних и малых городов, безусловно, заметно:

число материалов, в которых обозначаются или анализируются проблемы, составляет 25% публикаций. Правда, в основном наличие проблемы только констатируется. Явно недостаточно публикаций, в которых анализируются их причины и факторы возникновения, – такие материалы касаются лишь третьей части перечисленных в кодификаторе проблем. Предложения о решении названных проблем присутствуют в 19 из 21, фигурирующих в перечне, Однако предлагаемым решениям, как правило, не предшествует основательный анализ. Это, безусловно, свидетельствует о необходимости увеличения количества и улучшения качества аналитических публикаций, серьезного анализа острых проблем, которых достаточно много в средних и малых городах. Помимо профессионального уровня самих журналистов этому могло бы содействовать их более тесное взаимодействие со специалистами.

Позитивные материалы в данных газетах преобладают (чаще это материалы, связанные с культурными мероприятиями, памятными датами, рассказом о хороших людях и положительном опыте). Однако настораживает то, что при большом количестве проблем города и его жителей, о которых журналисты говорили в ходе анкетирования, критических публикаций мало. Скорее всего, здесь проявляется два рода причин: боязнь крайне негативных реакций на острую критику и, как следствие, самоцензура, а также неуверенность журналистов в собственной компетентности.

Итак, обнаруженные в исследовании диспропорции в контенте связаны с рядом факторов: с экономическим положением редакций, зависимостью изданий от учредителей, с большим количеством официальных материалов и рекламы, что сужает полезную площадь газеты. Но, конечно, главная проблема в недостатке кадров – в ограниченном штатном расписании газет или наличии незаполненных вакансий из-за малых зарплат журналистов. Не в последнюю очередь трудности в редакционной работе связаны с недостаточной квалификацией журналистов, а также с малым количеством сотрудников с журналистским образованием и не отлаженной системой повышения их квалификации. Редакции газет средних и малых городов нуждаются в экономической поддержке, квалифицированных кадрах и профессиональной независимости.

Список литературы

Барсанова А.В. Контент-анализ газетных материалов // Социологические исследования. 2006. № 2.

Вартанова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М.: МедиаМир, 2013.

Добросклонская Т.Г. Медиатекст: Теория и методы изучения // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2005. № 2 .

Коломиец В.П. Медиасоциология: теория и практика. Аналитический центр Vi. М.: ООО «НИПКЦ Восход-А», 2014.

Лазутина Г.В., Распопова С.В. Жанры журналистского творчества. М.: Аспект Пресс, 2011.

Лащук О.Р. Редакторская обработка факта как корректное отражение действительности в медиатексте // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2011. № 2.

Мисонжников Б.Я. Отражение действительности в тексте // Основы творческой деятельности журналиста / Под ред. С.Г. Корконосенко. СПб, 2000.

Муниципальная пресса, реформа местного самоуправления и национальные проекты / Отв. ред. С.Г. Колесник, В.Л. Касютин. М.: Хроникер, 2006.

Пашинян И.А. Контент-анализ как метод исследования: достоинства и ограничения // Научная периодика: проблемы и решения. 2012. № 3.

Рогозина И.В. Медиакартина мира: когнитивно-семиотический аспект. Москва, Барнаул: Изд-во АЛТ, ТГУ, 2003а.

Рогозина И.В. Функции и структура медиакартины мира. Теория формирования медиасистем. Москва; Барнаул: Изд-во АЛТ, ТГУ, 2003б.

Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В. Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. (результаты опроса редакторов и журналистов). М.: Фак-т журналистики МГУ, 2015.

Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В. Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2014. № 5, 6.

Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В. Функциональная и проблемно-тематическая модели городской газеты // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). 2014. № 5.

Семенова А.Л., Корсунская М.В. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения. М.: Институт социологии РАН, 2010.

Смирнова О.В. Стратегии печатных медиа в эпоху цифровых технологий // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2013. № 6.

Современный медиатекст. Учебное пособие / Отв. ред. Кузьмина Н.А. М.: ФЛИНТА-Наука, 2014.

Фролова Т.И. Гуманитарная повестка дня российских СМИ: журналистика, человек, общество. М.: МедиаМир, 2014.

Чичерина М.В. Типология медиатекста как основа формирования медиаграмотности // Известия Российского государственного университета имени А.И. Герцена. 2007. Вып. 47, т. 9.

Шкондин М.В. Журналистика как фактор освоения мира социумом // Социально-гуманитарные знания. 2013. № 4.

Поступила в редакцию
01.07.2015