УДК 070.11 + 316.776 + 004.77

Ю. Е. Бурова

СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Анализируются тенденции развития отечественной журналистики в современных региональных условиях. Обозначается проблема значительного влияния пиар-структур на редакционную деятельность СМИ, что постепенно превращает журналистику в инструмент информационного воздействия на общество. Утверждается, что вернуть журналистике статус значимой профессии, служащей интересам общества, возможно путем возрождения в СМИ открытого обсуждения действий власти и политических событий.

К л ю ч е в ы е с л о в а: журналистика; информация; информационная политика; СМИ; общество; власть;

Ускорение процессов информирования общества, появление новых способов подачи материала и принципиально иных возможностей взаимодействия с аудиторией значительно изменили медиаландшафт российских регионов. Усилившиеся в последние годы факторы экономической зависимости региональных СМИ от власти и крупного бизнеса, активизации в информационном пространстве субъектов пиар-деятельности, снижения популярности традиционных массмедиа на фоне возросшего влияния интернет-ресурсов и социальных медиа, а также формирования новой культуры медиапотребления напрямую отразились на журналистике. В рамках данной статьи мы, вслед за Д. Мак-Куэйлом, будем определять журналистику как основную творческую деятельность, которая формирует прессу [5, 9–10] и является результатом профессиональной работы сотрудников редакций.

Журналистика в российских регионах становится сегодня все чаще инструментом воздействия на аудиторию с целью решения определенных информационных и идеологических задач. Сущность же журналистики как социально значимой профессии постепенно нивелируется. Анализ деятельности редакций различных средств массовой информации Тюменской области, а также СМИ Ямало-Ненецкого и Ханты-Мансийского автономных округов позволяет нам обозначить несколько тенденций, характерных для региональной журналистики.

Несамостоятельность в определении информационной политики редакции как следствие экономической зависимости СМИ от власти и крупного бизнеса является сегодня, пожалуй, главной особенностью региональной журналистики. Это выражается не только в игнорировании журналистами и редакторами острых проблемных ситуаций с участием субъектов власти или бизнеса, связанных экономическими отношениями с редакцией, но и в утрате базовых журналистских навыков проверки информации, поступающей от этих субъектов, и рассмотрения различных точек зрения на анализируемую тему. В результате у многих

журналистов проявляется самоцензура, которую И. М. Дзялошинский определяет как сознательное и добровольно принимаемое журналистом решение не интересоваться какими-либо фактами, а в случае если они станут ему известны, не публиковать их [1, 285].

Размытость информационных приоритетов в деятельности редакций повлекла за собой и изменение статуса журналистов, особенно журналистов государственных и муниципальных СМИ. Они, по определению Б. Н. Лозовского, стали использоваться в основном на пропагандистско-пиаровских ролях и заниматься, по сути, служебной журналистикой [4, 60].

Снижение общего профессионального уровня редакций и утрата журналистами представлений об этических нормах — тенденция, появившаяся в результате экономической и политической зависимости СМИ. Журналисты, получая ежедневно значительный массив официальных сообщений органов власти и пресс-релизов коммерческих структур и общественных организаций, практически перестали создавать свои собственные, авторские тексты. Они ограничиваются добавлением к пресс-релизу нескольких комментариев экспертов, полученных по телефону. Журналисты перестают сегодня быть самостоятельными и в выборе тем и героев своих репортажей: зачастую редактор готовит подробное задание для каждого корреспондента, опираясь, в свою очередь, на медиаплан, поступивший от региональной власти или бизнес-структуры, являющейся учредителем издания. Более того, редакция может пройти мимо события (даже если его участникам нужна помощь журналистов) в случае, если «сверху» поступила рекомендация не сообщать об этом читателям. Таким образом, региональные СМИ порой транслируют информацию, которая не нужна и не интересна обществу, поскольку не соответствует критериям массовой и социально значимой информации, к которым Д. Л. Стровский относит актуальность, необычность, персонифицированность и конфликтность в рамках описываемого факта [3, 173]. Игнорирование же редакциями событий, имеющих общественный резонанс, полностью нарушает этические принципы журналистики как профессии, служащей и подконтрольной обществу.

Такое положение дел сформировало еще одну тенденцию, характерную для региональной журналистики, — *значительное сужение жанрового разнообразия в создании материалов*. Журналистские расследования, очерки, фельетоны, зарисовки и другие публицистические и аналитические жанры в региональных массмедиа стали весьма архаичным явлением. Львиную долю газетного пространства, лент новостей интернет-изданий, теле- и радиоэфиров занимают сегодня информационные сообщения, развернутые информации и корреспонденции, созданные на основе официальных сообщений, или репортажи с места события, с участием официальных лиц или представителей крупного бизнеса. Журналисты практически перестали анализировать информацию в контексте общественно-политических процессов, происходящих в стране и регионе, и разъяснять обществу их суть. Эти элементарные журналистские навыки сменились сетевой технологией копипаст, реализующейся путем публикации поступившего извне материала в первоначальном виде.

Разумеется, интервью с представителями культуры, образования и общественными деятелями, равно как рецензии и авторские колонки, присутствуют в общем содержании изданий, однако доминирующего влияния на информационное пространство в целом они не оказывают.

Некоторое разнообразие в линейку журналистских жанров вносит активное использование редакциями технологий мультимедийности и конвергентности. Сегодня региональные СМИ (преимущественно интернет-СМИ) облачают популярный и читаемый контент (путевые заметки, авторские колонки, хронику исторических событий и т. д.) в яркие мультимедийные истории с выразительными иллюстрациями, интерактивными картами и схемами, обилием фото- и видеовставок. Для редакций создание такого рода материалов — это попытка удержать аудиторию, которая стремительно теряет интерес к региональным СМИ, отражая ее запрос на универсальный конвергентный медиапродукт, который можно получить с одного носителя.

И наконец, мы обозначим тенденцию *отсутствия в регионах внятной информационной политики*, которая в условиях экономических и политических изменений, происходящих в стране, позволила бы перенести возросший уровень дискуссионности общества в журналистские материалы, а значит, в более цивилизованное русло. Эта политика понимается сегодня властью исключительно как набор технологий воздействия на общество с целью решения определенных идеологических задач. Так, В. Д. Попов обозначает информационную политику как способность и возможность субъектов политики оказывать воздействие на сознание, психику людей, их поведение и деятельность в интересах государства и гражданского общества с помощью информации [2, 36]. Использование информационной политики исключительно как набора механизмов информационного воздействия в условиях готовности гражданского общества к открытой политической дискуссии с властью представляется нам малоэффективным. Более того, такая ситуация подрывает доверие общества к власти и СМИ.

Таким образом, можно сделать вывод, что в современных региональных условиях журналистика как профессия деформируется, становясь безликим инструментом информационной деятельности и набором технологий для решения пропагандистских задач со стороны субъектов политики.

Мы полагаем, что возрождению социальной миссии журналистики может послужить пересмотр приоритетов в реализации информационной политики, которая должна объединить усилия власти, общества и СМИ, направленные на создание условий для формирования на базе журналистских материалов открытого обсуждения действий власти и политических событий. В этом случае СМИ смогут вернуть доверие аудитории, а журналистика вновь станет значимой профессией, служащей в первую очередь интересам общества.

1. Дзялошинский И. М. Нужен ли россиянам прямой доступ к информации? // Власть, зеркало или служанка? Энциклопедия жизни современной российской журналистики / Союз журналистов РФ. М., 1998. Т. 2. С. 281–298.

2. Информационная политика / под ред. В. Д. Попова. М., 2003.
3. Корпоративная культура и корпоративные ценности современной фирмы: международный опыт и российская практика / под ред. Д. Л. Стровского. Екатеринбург, 2003.
4. *Лозовский Б. Н.* Кто и как манипулирует журналистами. Екатеринбург, 2011.
5. *Мак-Куэйл Д.* Журналистика и общество. М., 2013.

Статья поступила в редакцию 11.03.2015 г.