

070 : 004(571.17)

## ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СЕТЕВЫХ КОММУНИКАЦИЙ И ТРАДИЦИОННЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

© 2012 В.Е. Соломин

Кемеровский государственный университет

Поступила в редакцию 24 марта 2012 г.

**Аннотация:** В статье рассматривается функционирование средств массовой информации в коммуникативном пространстве Кемеровской области, включая сетевые средства массовой информации, акцентируется внимание на отношениях региональных средств массовой информации и власти, мотивах и предпочтениях аудитории при обращении к средствам массовой информации.

**Ключевые слова:** региональные средства массовой информации, отношения средств массовой информации и власти, предпочтения и коммуникативные компетенции аудитории, сетевые средства массовой информации, властноориентированные средства массовой информации.

**Abstract:** The article deals with the functioning of media in a communicative sphere of the Kemerovo region, including the internet mass media, it also focuses on the relations of the regional mass media and the authorities, with preferences of the audience access the media.

**Key words:** regional mass media, the relationship of the media and the authorities, preferences and communicative competence of the audience, the internet mass media, dependent on the power of the media.

Существующая система средств массовой информации Кемеровской области соответствует средним показателям других регионов Сибирского Федерального округа по количеству зарегистрированных средств массовой информации, плотности информационного пространства и поддерживает тенденции развития отечественной медиа-индустрии. По состоянию на начало 2012 года в регионе зарегистрировано 760 печатных и электронных СМИ, в том числе 316 газет, 126 журналов, 116 телепрограмм, 121 радиопрограмма, 33 информационных агентства, 12 электронных периодических изданий.

Типологическая структура средств массовой информации довольно разнообразна: хорошо развит сектор деловой прессы («Горячая линия», «Деловой Кузбасс», «Континент-Сибирь»), сектор рекламных и рекреативных изданий («Экстра-КП», «Все про все», «Напитки Сибири», «Пресс-Транзит»), а также специализированных средств массовой информации («Строительство. Мебель. Интерьер», «Стройка в Кузбассе», «Мастерок»). Общественно-политический сектор представлен множеством областных, городских и районных газет, таких как «Кузнецкий рабочий», «Кузбасс», «Кемерово», «Наш город», «Беловский Вестник»,

«Киселевские вести», «Калтанский вестник», «Шахтерская правда», «Знамя шахтера в новом тысячелетии» и т.д.

Наибольшее количество телерадиопрограмм производят ГТРК «Кузбасс», Губернский телерадиоканал. Несколько раз в день выходит кузбасский выпуск программы «Вести», имеют региональные приложения центральные издания «Комсомольская правда», «Московский комсомолец», «Аргументы и Факты». В регионе достаточно велико присутствие муниципальных органов власти в числе учредителей средств массовой информации, что отражает общероссийскую тенденцию на усиление роли государства в сфере масс-медиа, вызванную стремлением использовать средства массовой информации именно как средство, инструмент упрочения власти и управления. Средства массовой информации Кемеровской области отражают и специфическую моноцентричную природу правящей региональной элиты: партийные предпочтения лидера элиты автоматически приводят к тому, что масс-медиа, поддерживающие региональную власть, поддерживают партию-фаворита. Для Кемеровской области характерно доминирование государственно- (или властно-) ориентированных региональных масс-медиа. Им свойственно позитивное освещение деятельности правящей элиты, минимизация негатива.

© В.Е. Соломин, 2012

Власть в Кемеровской области сохраняет за собой доминирующее положение в сегменте политической журналистики, частный капитал практически не инвестирует в медиа-бизнес, связанный с политикой, сосредоточиваясь на массовых, развлекательных печатных изданиях или радиостанциях. Например, медиахолдинг «СДС-Медиа» владеет крупнейшими сетевыми радиостанциями в регионе музыкально-развлекательного формата, ООО «БизнесМедиаГрупп» принадлежит рекламное издание «Седьмой день», группе компаний «Фронт» — издания рекламного и развлекательно-досугового содержания. По данным портала slon.ru, представившего рэнкинг 75 крупнейших городов России, характеризующий состояние медийного ландшафта в сегменте печатной прессы, основанный на данных о тиражах, периодичности выхода, издателей печатных средств массовой информации, регулярно выходящих в городах, население которых превышает 245 000 жителей, печатные СМИ крупных городов Кемеровской области — Кемерово и Новокузнецк — находятся на 44 и 56 позициях по таким параметрам, как суммарный тираж, тираж на одного жителя, доля тиража государственных СМИ, доступность негосударственной прессы (таблица 1) [1].

Для сравнения в таблице 2 представлены данные по другим городам Сибирского Федерального округа и городу Воронеж.

Представленный рэнкинг отражает суть протекающих явлений и процессов в региональных средствах массовой информации Кемеровской области.

Усиливается и тенденция присутствия региональных средств массовой информации в сети Интернет. Фонд общественного мнения в целом оценил степень проникновения Интернета в Кемеровскую область, как высокую. Месячная интернет-аудитория по состоянию на июль 2011 года составляла 51-55 %, что выше средних показателей в целом по другим регионам Российской Федерации [2, 6]. Однако, как отмечают исследователи Фонда, при относительно высоких показателях проникновения интернет-практика, свидетельствующая о высокой пользовательской активности, не распространена. Многочисленная интернет-аудитория либо не имеет достаточного опыта в пользовании возможностями сети, либо ограничена в интенсивности использования Интернета (доступ в сеть есть, но он очень дорог, и поэтому используется только для обеспечения базовых потребностей). Существующее положение вещей в данной сфере говорит о перенасыщенности региона Интернетом. Дальнейший рост доли пользователей возможен только при условии повышения уровня жизни и покупательской способности, развития широкополосного и

беспроводного доступа в интернет, проведении образовательных и информационных программ, повышающих осведомленность людей и компьютерную грамотность [2, 7].

Результаты исследования, проведенного в г. Кемерово в 2011 году, с целью выяснения мотивов обращения к тем или иным каналам коммуникации, в котором было задействовано 1500 человек, говорит о том, что среднестатистический интернет-пользователь в Кемеровской области — это преимущественно мужчина в возрасте 16-35 лет с незаконченным высшим либо высшим образованием, имеющий средний либо выше среднего доход, выходящий в Интернет ежедневно или несколько раз в неделю с целью «пообщаться», «провести время», «поиграть», «почитать новости». Данное исследование зафиксировало также и спад читательского интереса к печатным изданиям, рост интереса к просмотру телевизионных программ развлекательного характера, рост интереса к интернет-коммуникациям. На этом фоне представленные данные свидетельствуют о крайне низкой коммуникативной компетенции аудитории, в том числе пользователей Интернета, в Кемеровской области, направленные прежде всего на удовлетворение базовых коммуникативных потребностей. К слову, исследование по аналогичной методике, проведенное в 2005 году, свидетельствует также о стремительном росте числа пользователей сети Интернет на фоне явного снижения количества обращений аудитории к традиционным средствам массовой коммуникации [3, 236-241]. Данная тенденция — один из возможных вариантов функционирования отечественной региональной прессы в условиях формирования человека играющего — технократичного, прагматичного, зомбированного посредством СМИ [4, 211.]

Сектор собственно сетевых средств массовой информации в Кузбассе в количественном отношении развит крайне слабо. К наиболее популярным сетевым ресурсам относятся проекты портала a42.ru «Газета Кемерово» и «Газета Новокузнецка», проект портала city-n.ru «Город новостей», а также Сибирский деловой портал, находящийся под управлением группы компаний «СДС-Медиа». Месячная аудитория указанных сетевых средств массовой информации колеблется от 42 тыс. до 73 тыс. уникальных просмотров. Колебания зависят от событийного контента сетевых проектов. По содержанию проекты представляют собой конвергентные онлайн-СМИ с возможностью интерактивного взаимодействия с пользователями, что соответствует оригинальным отличительным признакам «новых» медиа [5, 66].

Сетевые проекты отличаются более свободными мнениями и оценками происходящих со-

бытий в основном за счет предоставления слова читателям информации. Фактически, как отмечает Д.А. Таевский, с появлением интернет-СМИ и дискуссионных площадок на них, сформировалась совершенно новая реальность, где каждый может не только высказать личное мнение, но и принять участие в формировании мнения всего общества [6, 143]. Предпринимаются попытки контролировать эту «новую реальность». Например, депутаты Кемеровского Областного совета выступают с инициативой внести поправки в федеральное законодательство, задача которых — установить жесткий контроль в «безнадзорном» Интернете [7].

Для финансовой поддержки СМИ в регионе действует долгосрочная целевая программа «Пресса», направленная на «улучшение качества печатания газет, сохранение тиража... формирования нового информационного пространства для областных электронных средств массовой информации, повышения квалификации журналистских кадров» [8]. На практике редакторами СМИ программа воспринимается, как некая модель социального партнерства прессы и власти — лояльность в обмен на деньги.

Председатель регионального Союза журналистов Юрий Кухмарь, главный редактор газеты «Кузбасс», так обрисовал жизнь журналистского сообщества: «СМИ в Кузбассе просто функционируют, став частью хорошо отлаженной системы управления в руках харизматичного губернатора» [9, 90]. «Для кузбасских масс-медиа, — отмечает редактор издания «Деловой Кузбасс — новый век» Екатерина Логинова, — актуально сосуществование модели активного воздействия местной, областной администрации и модели корпоративной журналистики, но поведение последней находится в зависимости от политического вектора в регионе, то есть от политики, проводимой региональной правящей элитой» [10].

Вместе с этим существует и другое мнение о предназначении кузбасской журналистики. Тамара Алиева, председатель ГТРК «Кузбасс», в частности, считает, что «новости должны быть... хорошими. Главная заповедь — не навреди. Каждое сказанное и написанное слово должно вызывать у кузбассовцев желание делать добро» [11]. Результаты регулярно проводимых контент-анализов печатных и электронных СМИ на кафедре журналистики Кемеровского государственного университета говорят о том, что одним из основных источников информации для СМИ являются

пресс-службы администрации Кемеровской области и других государственных ведомств. Что вполне логично: власть, которая определяет статусы и позиции в моноцентрическом информационном пространстве, отдает предпочтение в предоставлении информации «дружественным» изданиям. При этом общественно-политическая информация в этих изданиях носит унифицированный характер. Говоря другими словами, характеристики влияния на уровне региональной политики отражают степень контроля над средствами массовой информации, которые усиливается как на уровне экономических, идеологических характеристик, так и в целом способствует формированию зависимой журналистики.

Таким образом, средства массовой информации Кемеровской области на современном этапе развития находятся в условиях преобладания властноориентированных региональных масс-медиа в моноцентрическом коммуникативном пространстве с усиливающейся тенденцией снижения коммуникативных компетенций аудитории, направленных в основном на потребление развлекательной информации в сфере телевизионных и интернет-коммуникаций.

#### **ЛИТЕРАТУРА:**

1. Свобода слова на бумаге // [http://slon.ru/russia/svoboda\\_slova\\_na\\_bumage-278424.xhtml](http://slon.ru/russia/svoboda_slova_na_bumage-278424.xhtml).
2. Гончаров А. Потенциал развития Интернета в регионах / А. Гончаров, П. Лебедев. — М. : ФОМ, 2011.
3. Соломин В.Е. Интернет в структуре массово-коммуникационных предпочтений жителей г. Кемерово / В.Е. Соломин // Теория и практика в современных социальных и психологических исследованиях. — Кемерово, 2005.
4. Баева Л.В. Человек играющий в XXI веке / Л.В. Баева // Информационная эпоха : вызовы человеку. — М., 2010.
5. Интернет-СМИ : теория и практика / [под ред. М.М. Лукиной]. — М., 2010.
6. Таевский Д.А. Региональные интернет-СМИ как зеркало интеллектуальной элиты / Д.А. Таевский // Журналистика электронных сетей. Сборник научных работ. — Воронеж, 2008.
7. Ответственность за распространение ложной информации в Интернете необходимо усилить // [http://www.sndko.ru/news\\_event\\_a/2270.html?day=1317142800](http://www.sndko.ru/news_event_a/2270.html?day=1317142800).
8. Постановление Коллегии Администрации Кемеровской области от 26.06.2007 № 172 «Об утверждении долгосрочной целевой программы «Пресса» на 2008-2013 годы».
9. Симонов А. Острова гласности-3 / А. Симонов. — М., 2005.
10. Логинова Е.Ю. Кузбасс имущие / Е.Ю. Логинова // Деловой Кузбасс — новый век. — 2008. — № 5-6 (74-75).
11. В Кемерово прошла церемония награждения победителей всекузбасских творческих конкурсов «ТВ-Престиж» и «Радио-Престиж» за 2010 год // <http://www.ako.ru/PRESS/defaultVrem.asp>.

## ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СЕТЕВЫХ И ТРАДИЦИОННЫХ СМИ В КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

*Таблица 1. Состояние прессы в гг. Кемерово, Новокузнецк*

№	Город	Население, 000	Доступность негосударственной прессы	Суммарный тираж, экз.	Тираж на одного жителя, экз.	Доступность тиража государственных СМИ
1.	Кемерово	521	0,47	378650	0,73	35
2.	Новокузнецк	563	0,36	282790	0,5	28

*Таблица 2. Состояние прессы в крупнейших городах Сибирского Федерального округа и г. Воронеж*

№	Город	Население, 000	Доступность негосударственной прессы	Суммарный тираж	Тираж на одного жителя	Доступность тиража государственных СМИ
1.	Новосибирск	1397	0,56	1045100	0,75	26
2.	Томск	502	0,53	419807	0,84	37
3.	Красноярск	948	0,46	654980	0,69	33
4.	Барнаул	597	0,66	655570	1,10	40
5.	Воронеж	843	0,74	790745	0,94	21

*Соломин В.Е.*

*Соискатель кафедры истории журналистики Воронежского государственного университета.*

*E-mail: solominve@yandex.ru*

*Solomin V.E.*

*The applicant for the department of the history of journalism of the Voronezh State University.*