

# СПЕЦИФИКА ОСВЕЩЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ДИСКУРСА В РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ

Н.О. РАХИМОВА

*Тверская государственная сельскохозяйственная академия, г. Тверь*

В статье рассматривается специфика освещения экономического дискурса в региональных СМИ. Автор приходит к выводу, что в настоящее время существует множество различных факторов, определяющих состояние и уровень развития региональных СМИ.

**Ключевые слова:** *средства массовой информации, Тверской регион, экономический дискурс*

## SPECIFICS OF PRESENTATION OF ECONOMIC DISCOURSE IN REGIONAL MASS MEDIA

N.O. RAKHIMOVA

*The article deals with specifics of presentation of economic discourse in regional mass media. The author concludes that today there are many different factors that determine the status and level of development of regional mass media.*

**Keywords:** *mass media, the Tver region, economic discourse*

В настоящее время развитие экономики в России является достаточно неустойчивым, о чем свидетельствуют постоянные колебания объема валового продукта. Тверской регион в этом отношении не является исключением. По данным Росстата, индекс физического объема валового регионального продукта (ВРП) оценивается в размере 101,1%. Основная доля формирования ВРП в Тверской области приходится на промышленное производство – это около трети от общего объема. Имея выгодное географическое положение и наличие высококвалифицированных трудовых ресурсов, Тверская область сегодня рассматривается как площадка для реализации многих инвестиционных проектов, требующих определенного информационного освещения. СМИ в данном случае рассматривается как площадка, где, прежде всего, освещаются проблемы реализации таких проектов.

Влияние социально-экономических преобразований, воздействие социокультурных и технологических факторов привели к трансформации медиасистемы как в целом по стране, так и в отдельных ее регионах [1; 2; 5; 7; 8; 9; 10; 11; 13; 14; 16; 18]. Структура российской системы средств массовой коммуникации имеет многоуровневый характер: общенациональные, региональные, местные СМИ [15; 17].

Каждый уровень этой системы имеет свои особенности, связанные с решаемыми задачами, целевой аудиторией, содержанием публикуемой информации, масштабом издания и распространения, особенностями финансирования и др. В рамках одной и той же темы, на разных уровнях СМИ, наблюдаются различные подходы и формы подачи информации. По мнению профессора В.Ф. Олешко, региональные СМИ характеризуются определенного рода консерва-

тивностью в формировании и формах подачи контента [3]. Но данное обстоятельство не снижает значимости роли региональных СМИ.

В Тверской области структуру региональных СМИ можно представить следующим образом:

1 уровень – областные СМИ:

- печатные издания (газеты, журналы);
- ТВ и радио;
- информационные порталы.

2 уровень – районные СМИ:

- печатные издания (еженедельные газеты);
- ТВ и радио;
- информационные порталы.

3 уровень – СМИ предприятий, организаций.

Каждый из представленных уровней имеет свои принципиальные особенности, заключающиеся в особенностях представления информации, перечню рубрик (разделов), периодичности издания. Роль региональной информации, по мнению Ю.П. Пургина, в условиях современного медиаразвития возрастает, поскольку у аудитории растет потребность в обустройстве своей земли, налаживании жизни [4].

В Тверской области вопросы развития экономики в целом и отдельных ее отраслей, освещают как региональные, так и федеральные СМИ. Но специфика деятельности региона, его состояние и возможные перспективы развития, в большей степени рассматриваются в региональных печатных и электронных СМИ. Официальным представителем Правительства Тверской области в региональных СМИ является ежедневная газета «Тверская жизнь», имеющая печатную версию, аудиовersion и версию для слабовидящих, размещенные на портале [tverlife.ru](http://www.tverlife.ru) (<http://www.tverlife.ru/>) и еженедельник «Тверские ведомости». Данные издания представляет официальные версии событий, документы, комментарии руководящих лиц и пр.

В районах области официальная информация представительств органов власти размещается в районных еженедельниках, которые преимущественно (29 из 37) представлены в печатной форме, с размещением PDF версии на сайтах этих изданий.

Сегодня пользователи информационных ресурсов предпочитают получать информацию из электронных СМИ. По данным опроса, проведенного среди различных возрастных групп (в опросе участвовали 117 респондентов), более 78 % являются активными пользователями ресурсов информационных порталов. Одним из наиболее известных информационных порталов Твери является [tverlife.ru](http://www.tverlife.ru) ([www.tverlife.ru](http://www.tverlife.ru) – Тверской областной портал (газета Тверская жизнь)).

Анализируя публикации этого информационного портала в разделе «Экономика», можно сделать вывод о том, что большая доля публикаций относится к тематике, раскрывающей вопросы предоставления банковских услуг. Так в ноябре 2015 г. вопросы предоставления кредитных ресурсов, реклама банковских продуктов и их мобильных приложений занимали более трети всех публи-

каций (табл. 1). В декабре 2015 г. доля таких публикаций увеличилась и составила 46 %.

Для сравнения был проведен анализ публикаций на экономические темы в районных еженедельниках «Бежецкая жизнь» и «Весьегонская жизнь».

В общем объеме публикаций на экономические темы в районных еженедельниках публикации на тему «Инвестиционная деятельность» занимают в среднем порядка 15 %. Но данные публикации имеют особенности, связанные с освещением не крупных инвестиционных проектов, а программ поддержания местных инициатив граждан.

Тематика публикаций, в которых непосредственно затрагиваются вопросы развития экономики региона, являются разнообразными, но, несмотря на это, читателю достаточно сложно сориентироваться в огромном массиве информационных ресурсов.

Таблица 1 –Динамика публикаций на экономические темы в некоторых региональных СМИ Тверской области

Тематика публикаций	Количество публикаций в 2015 г.											
	tverlife.ru				Бежецкая жизнь				Весьегонская жизнь			
	Де-кабрь		Ноябрь		Де-кабрь		Ноябрь		Де-кабрь		Ноябрь	
	д.	% к итогу	д.	% к итогу	д.	% к итогу	д.	% к итогу	д.	% к итогу	д.	% к итогу
<u>Банковские услуги</u> (кредитные продукты; итоги работы банковских подразделений; мобильные приложения банковских услуг и др.)	3	6,0	5	4,0				,3				
<u>Развитие бизнеса</u> (проблемы индивидуального предпринимательства; защита бизнеса; взаимодействие партнеров по бизнесу; программы поддержки предпринимателей и др.)	1	2,0		1,3		,7				,1		3,5
<u>Инвестиционная деятельность</u> (финансирование новых проектов; приоритеты инвестиционной политики; проблемы привлечения инвесторов и др.)		,0		3,6		3,0		,3		7,5		1,7
<u>Бюджет региона</u> (формирование и утверждение бюджета; регулирование расходов бюджета)		0,0		,0		3,0		,3		8,1		1,7
<u>Налоговая система</u> (проблемы сбора налогов; задолженности по налогам и сборам)		,0		,5		,7		6,6		8,1		,9
<u>Импортозамещение</u> (развитие и поддержка новых производств; санкции)				,5				6,6				
<u>Ценообразование</u> (статистика роста цен)		,0		,2								,9
<u>Рынок труда</u> (мониторинг состояния рынка труда; трудовые споры)				,5		,3		,3		8,1		

<u>Прочие темы</u>		0,0		6,4	2	2,3		3,6		,1		1,3
Итого публикаций	0	00	4	00	3	00	2	00	1	00	7	00

Как считает профессор В.Ф. Олешко, и это мнение на мой взгляд является абсолютно верным, авторитет у читателей будут иметь именно те СМИ, которые сумели фактор эксклюзивности подаваемой информации постоянно поддерживать умелым подбором экспертов, высочайшего уровня аналитикой и выполнением всегда востребованной читателями функцией обоснованного прогноза развития событий [3]. К сожалению, многие публикации данного раздела, таким требованиям не соответствуют.

Существует множество различных факторов, определяющих состояние и уровень развития региональных СМИ. К таким причинам большинство ученых-исследователей относят:

- проблемы финансово-экономического состояния;
- недостаточно высокая эффективность редакционного менеджмента;
- проблемы взаимодействия с властью и учредителями;
- недостаток высококвалифицированных журналистских кадров;
- недостаток современной техники;
- недостаточное применение возможностей современных медиатехнологий и др. [15].

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Интернет-СМИ. Теория и практика / Под ред. М.М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2013. – 348 с.
2. Малышева Е.В., Бынев А.А. Интернет-коммуникация как инструмент формирования общественного мнения // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал, 2015. – № 5. – С. 129 - 133. – Режим доступа: <http://tverlingua.ru>
3. Олешко В.Ф. Региональная журналистика: современные тенденции и вызовы // Журналист. Социальные коммуникации, 2012. – № 4. – С. 55 - 67. – Режим доступа: <http://journalist-virt.ru>
4. Пургин Ю.П. Роль и место региональной информации в условиях развития информационного рынка // Журналист. Социальные коммуникации, 2012. – № 4. – С. 25 – 43. – Режим доступа: <http://journalist-virt.ru>
5. 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>
6. Романов А.А. Суггестивная модель речевого общения: манипуляция или игра со смыслами? // Человек лживый / НОМО MENDAX: игра с личностью или игра со смыслами / Отв. Ред. А.А. Романов. – Тверь: Золотая буква, ИЯ РАН, ТвГУ, ТГСХА, 2004. – С. 3 - 36.
7. Романов А.А., Малышева Е.В. Роль видео-порталов СМИ в формировании образа политика (на примере роликов о В.В. Жириновском на видеохостинге «YouTube») // Масс-медиа и массовые коммуникации: статус научных и учебных дисциплин: Первый международный научный коллоквиум. 26-27 сентября 2013 г. Сборник научных трудов. – Белгород: БелГУ, ИПЦ «ПОЛИТЕРРА», 2013. – С. 83 - 89.
8. Романов А.А., Малышева Е.В. Манипулятивная коммуникация в системе сетевых «информационных войн» // Жизнь языка в культуре и социуме-5". Материалы международной научной конференции. – М.: Канцлер, 2015. – С. 225 - 226.
9. 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.

10. 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.: 2014а. – Ч. I. – С. 158 - 164.

11. Романов А. А., Морозова О. Н., Романова Л.А. Фреймовая матрица спиндокторингового конструирования смыслов в системе публичных коммуникаций // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал, 2015. – № 2. – С. 1 – 31. – Режим доступа: <http://tverlingua.ru>

12. 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.

13. Романов А.А., Романова Л.А. Меметический механизм конструирования медиасмыслов информационного противостояния // «Мир лингвистики и коммуникации»: Электронный научный журнал, 2015. – № 3. – С. 1 - 16. – Режим доступа: <http://tverlingua.ru>

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. – С. 19 - 41. - Режим доступа: <http://tverlingua.ru>

15. Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В. Методологические предпосылки системного исследования городских газет // Журналист. Социальные коммуникации, 2015. – № 4. – С. 5 - 19. – Режим доступа: <http://journalist-virt.ru>

16. 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.

17. Тихомиров В.А. СМИ как фактор формирования экономического мышления (опыт деловой региональной прессы) // Журналист. Социальные коммуникации, 2013. – № 3. – С. 104 - 111. – Режим доступа: <http://journalist-virt.ru/>

18. Romanov A., Malysheva E. Political language in internet communication // Proceedings of the V International Academic Congress Fundamental and Applied Studies in EU and CIS Countries” (United Kingdom, Cambridge, England, 14-16 October 2015). – Cambridge: Cambridge University Press, 2016. – V. II. – С. 152 - 158.