

**Формирование региональной идентичности как двусторонний процесс  
(на материале диалога «журналист – читатель» региональной прессы  
Мурманской области)**

Ольга Николаевна Иванищева

Мурманский государственный гуманитарный университет, Россия  
183072, г. Мурманск, ул. Капитана Егорова, 15  
доктор филологических наук, профессор  
E-mail: oivanishcheva@gmail.com

**Аннотация.** В статье представлены результаты исследования партиципарности региональной прессы Мурманской области, доказана неэффективность формирования региональной идентичности медийными предприятиями региона, отсутствие реального диалога газеты с ее читателями.

**Ключевые слова:** региональная идентичность; партиципарная журналистика; коммуникативные стратегии; аудитория СМИ.

**Введение.** Региональная идентичность предполагает гармоничное сочетание индивидуальной самости и включенности индивида в региональный социум. С точки зрения социологического подхода наиболее адекватным является определение региональной идентичности как результата когнитивного, ценностного, эмоционального процессов осознания принадлежности индивида к своему региональному сообществу, проявляющихся в созидательной деятельности на благо своего региона, укреплении его места и роли в системе территориальных общностей, формировании имиджа региона [1]. Процесс формирования региональной идентичности сложен, это двусторонний процесс. Поэтому очень важно проанализировать как формы взаимодействия региональной газеты со своим читателем, так и выбор читателя.

**Материалы и методы.** Материалом исследования послужили журналистские публикации региональных газет Мурманской области, комментарии к указанным материалам на сайте изданий, а также письма читателей. В работе использованы методы сплошной выборки, сравнительного анализа, экспертного интервью, анкетирования, статистического метода.

**Обсуждение.** Исследования форм взаимодействия региональных газет со своим читателем показали, что редакционные коллективы в недостаточной мере используют традиционные коммуникативные стратегии для включения аудитории в полноценный диалог.

Анализ региональных газет «Вечерний Мурманск» и «Мурманский вестник» с целью выявить эффективность коммуникативных стратегий (о дискурсивных практиках см., напр.: [2–4]) взаимодействия журналистов и читателей подтвердили гипотезу о том, что для редакционной деятельности газет характерна следующая модель: журналист берет на себя лишь функцию информирования, а не включения читателя в процесс деятельности редакции. Этот факт не способствует консолидации сил, а значит, включенности индивида в региональный социум. При этом отмечается следующий способ ведения «антидиалога» с читателем: содержание и форма журналистских материалов не побуждают читателей к откликам и выражению собственной точки зрения. Текст, как правило, выстроен по схеме «констатация факта / описание проблемной ситуации – комментарии представителей властных структур».

М.А. Жегалиной было проанализировано 153 номера «Мурманского вестника» за период с 1 февраля 2012 года по 1 февраля 2013 года. В 181 публикации, что составляет 85% от общего числа 213 проанализированных материалов, мнения граждан игнорируются. Например, в своем материале «Семечку» вернули мурманчанам» от 16.06.2012 О. Душеньковская сообщает о том, что строительство частного кафе на берегу Семеновского озера будет прекращено. Автор рассматривает контекст и ретроспективу описываемой ситуации и в заключение приводит комментарий судебного пристава. Комментарии

обозначенных в заголовке мурманчан, напротив, отсутствуют, что формирует, с точки зрения восприятия текста читателем, ощущение информационной несостоятельности журналистского материала и вызывает эффект «обманутого ожидания». Авторы журналистских публикаций, освещая резонансные темы, ориентируют читателей на пассивное восприятие информации. Журналист Е. Сабурова материал «Ничего человеческого» от 03.02.2012 начинается словами «Проблема бездомных животных остроты своей не теряет...» и приводит примеры жестокого обращения с бездомными животными в г. Мурманске. При этом автор ограничивается лишь фактом наличия проблемы и степени ее серьезности, но не предлагает возможных путей решения и не призывает читателей присоединиться к обсуждению проблемы. Таким образом, читателю предлагается лишь следить за развитием событий.

Из всего объема проанализированного материала лишь в одной публикации (Ю. Валамина «Разговор бизнеса и власти необходим как воздух», 16.02.12) содержится прямой призыв к участию в диалоге, адресованный читателям: «...Редакция «Мурманского вестника» предложила северянам, так или иначе связанным с предпринимательством, ответить на два вопроса...».

Журналисты газеты «Вечерний Мурманск», как отмечает М.Л. Пашенкова, отдают предпочтение двустороннему освещению проблемы в своих материалах, но не поиску путей ее решения. Так, при анализе 100 статей на проблемные темы в период с января по декабрь 2011 года в разделах «Город», «Экономика», «Общество» было установлено, что все они выстроены по схеме «описание проблемы – комментарии пострадавшей стороны – комментарии власти». При этом журналисты в 60% публикаций не рассматривают контекст и ретроспективу ситуации, не приводят в пример похожие ситуации, которые происходили в городе Мурманске или других городах России. Освещая конкретную проблему, журналисты потом не возвращаются к ней, не ищут путей ее решения. В качестве подтверждения данного положения можно привести серию публикаций о деятельности Светланы Макаровой – общественного деятеля и создателя ТСЖ в г. Мурманске: «Макаровские горки» (публикация от 08.06.2012), «Цирк имени Светланы Макаровой» (16.03.2012), «Фенита ля комедия» (28.11.2011), «Награда» нашла «героя» (02.12.2011), «Правда и ложь Светланы Макаровой» (25.11.2011), «И снова здравствуйте!» (18.11.2011), «Копперфилд отдыхает» (11.11.2011), «Мертвая хватка» (28.10.2011), «Доколе?» (18.10.2011), «Скользкая история» (26.09.2011), «То ли бес попутал, то ли... ошибочка вышла» (03.06.2011), «Незаконное товарищество» (11.05.2011), «Фокусы чиновницы» (11.02.2011), «Атака клонов» (26.01.2011), «Контора пишет» (27.04.2010). Данные материалы представляют собой самую длинную серию публикаций на одну тему за последние пять лет деятельности «Вечернего Мурманска». В силу специфики освещаемой проблемы (создание незаконных ТСЖ) заинтересованными лицами стали тысячи мурманчан. При анализе публикаций о Светлане Макаровой выяснилось, что газета дает подробный отчет о судебных тяжбах между изданием и героиней публикаций. При этом конфликтная линия «Светлана Макарова – мурманчане, пострадавшие от ее деятельности» отходит на второй план. Журналисты, готовившие материалы о Светлане Макаровой, при освещении последствий ее деятельности в основном оперируют документами, проходящими по сфере данной деятельности в управлении жилищным хозяйством, но не приводят мнения жильцов домов, о которых пишут газетчики. Авторы публикаций о Светлане Макаровой ориентируют читателя на пассивное восприятие ситуации. В публикациях данной серии нет призыва к читателям высказать свое мнение по проблеме, рассказать свои истории.

Традиционным способом контакта с читателем в современную информационную эпоху являются комментарии на статьи на веб-сайте газеты. Основным элементом сайта, позволяющим установить обратную связь, является форум. На главной странице в разделе «Форум» отображаются самые свежие комментарии пользователей к опубликованным на сайте материалам. Анализ комментариев показал, что форум сайта газеты «Мурманский вестник» функционирует как средство построения горизонтальных связей и отчасти обратной связи, но не полноценного диалога между аудиторией и редакцией. Это обусловлено прежде всего отсутствием активности со стороны журналистов в установлении двусторонней связи с читателями. Изучив практику использования возможностей сети Интернет редакцией газеты «Мурманский вестник», М.А. Жегалина пришла к выводу, что в целом веб-сайт данной газеты не отличается свежестью приемов и оригинальностью

способов общения с читателями. Такие значимые, с точки зрения партиципарного подхода, инструменты сетевой коммуникации, как паблик сообщества в социальных сетях, виртуальная приемная и социометрические онлайн-порталы интернет-редакцией «Мурманского вестника», не используются.

Сайт газеты «Вечерний Мурманск» представляет собой не отдельно функционирующую единицу или расширенную версию печатной версии издания, а ее точную копию. До 2012 г. материалы выкладывались на сайт с опозданием на 1–2 дня, примерно 40% материалов печатной версии «Вечернего Мурманска» были недоступны пользователям Интернета. В последнее время ситуация стала меняться. Новостные заметки, репортажи, статьи оперативно появляются на сайте в день выхода в свет печатного номера практически в полном составе. При этом на сайте «Вечернего Мурманска» отсутствуют форум, обратная связь и чат. Таким образом, нарушаются горизонтальные связи между читателями и система связи «журналист – читатель», что свидетельствует о крайне низком функционировании веб-сайта газеты как одного из средств построения партиципарной коммуникации. К отдельным публикациям возможность дать комментарий ограничена: под материалами идет подпись «Комментарии запрещены». В большинстве случаев комментирование закрывается из-за срока давности публикации, хотя этот фактор не является определяющим. Комментирование прекращается для публикаций, по поводу которых происходит слишком бурное обсуждение или начинается критика журналиста со стороны читателей.

Как видим, региональные журналисты не пытаются наладить активный диалог со своим читателем, а значит, играть ведущую роль в формировании общественного мнения. Но и читатели, обращаясь к своей газете, в основном затрагивают темы, касающиеся их личной жизни и частных вопросов, а не общих процессов для регионального социума.

Мурманские газеты в большинстве случаев используют традиционные формы общения с читателем: письма, звонки в редакцию, комментарии на сайте. Газета «Комсомольская правда-Мурманск» не исключение. Е.Б. Колотадзе была проанализирована часть писем и откликов читателей, опубликованных в этой газете с января 2011 года по декабрь 2011 года. Наибольший интерес читателей, как выяснила студентка, вызывают материалы журналистов, посвященные вопросам здравоохранения и ЖКХ, а также налогообложения, вопросы кредитования и образования. Читатели готовы сотрудничать с журналистами, но на первый план у них выходят бытовые проблемы.

Результаты анкетирования М.А. Жегалиной показали, что в целом журналисты газеты «Мурманский вестник» считают себя и читателей полноправными участниками информационного диалога и что для редакции крайне важно, чтобы аудитория принимала непосредственное участие в обсуждении социально значимых вопросов на страницах газеты. Журналисты выражают готовность обсуждать темы, предложенные читателями, оставляя, однако, за собой право определять степень значимости предложенных тем и принимать окончательное решение о публикации. В то же время большинство журналистов указывают на безынициативность читателей в формировании редакционной «повестки дня» и поэтому сами стремятся наладить контакт с читателем, выяснить его информационные ожидания. Для получения объективных результатов был проведен анкетный опрос среди мурманчан, читающих газету «Мурманский вестник». Основной целью обращения читателей в редакцию стало их желание предложить тему для обсуждения на страницах газеты. Кроме того, многие из опрошенных читателей устанавливали контакт с журналистами с целью попросить помощи в решении вопроса, а также для того, чтобы поделиться с ними какой-либо интересной или важной информацией и выразить свое мнение по поводу публикации в газете. 9% респондентов при этом получили отклик журналиста в виде публикации в газете, а в 40% случаев тема обращения читателя не получила освещения на страницах «Мурманского вестника», хотя 26% опрошенных не следили за тем, получила ли предложенная ими тема какое-либо развитие на страницах издания, поэтому не знают, каков результат их обращения.

Важным этапом на пути построения системы партиципарных коммуникаций в деятельности редакции СМИ является регулярное проведение исследований аудитории – как ее количественного и качественного состава, так и ее информационных ожиданий. Подобную работу редакция «Мурманского вестника», например, не проводит. Главный редактор газеты М.В. Гончаренко объясняет, что основным препятствием в организации

таких мероприятий выступает территориальный фактор: хотя газета распространяется на территории Мурманской области, у редакции нет возможности проводить исследования аудитории на региональном уровне. «Мурманский вестник» имеет лишь два корреспондентских пункта на территории Мурманской области: сотрудники одного из них занимаются сбором информации в г. Оленегорске и Ловозерском районе, другого – в г. Кировске и г. Апатиты. Таким образом, редакция, отдавая приоритет освещению событий именно в данных населенных пунктах, рискует оставить без должного внимания остальные районы области. Подобное территориальное распределение ресурсов редакции представляется не оправданным с точки зрения информационной состоятельности издания, поскольку отсутствие собственных корреспондентов газеты на местах неизбежно приводит к игнорированию части событий, происходящих в области, что идет вразрез с принципами работы любого регионального издания.

**Результаты и выводы.** Принципы партиципаторной журналистики предполагают активное участие читателей в обсуждении проблем региона. Такое включение читателей в решение задач формирования регионального самосознания должно быть обоюдным: журналистам необходимо больше интересоваться запросами читателей, а читателям больше доверять своей газете. Такой процесс позволит консолидировать читателей газеты, сформировать региональное сообщество, а значит, региональную идентичность. Результаты анализа региональной прессы Мурманской области показали, что такая задача недостаточно осознана СМИ региона: журналисты в своей деятельности не ставят как первоочередную задачу ответить на запросы читателей, региональный читатель не обращается за помощью к своей газете, не доверяет ей и не осознает ее роль в решении проблем региона. Такое взаимное непонимание, невнимание к нуждам друг друга отрицательно влияет на установки по отношению к своему месту проживания. Отметим в связи с этим актуальность разработки категории «региональная языковая личность» в исследованиях Сочинской лингвориторической школы, в том числе на материале СМИ (см., напр.: [5–7]).

#### **Примечания:**

1. Еремина Е.В. Региональная идентичность в контексте социологического анализа // Регионология. 2011. № 3. Режим доступа: <http://regionsar.ru/node/781> (Дата обращения: 14.06.2013).
2. Vorozhbitova A.A. Discourse-paradigmatics and Discourse-syntagmatics Categories in Linguo-rhetoric Paradigm // European researcher. 2011. № 11 (14). P. 1532-1537.
3. Ворожбитова А.А. Политический, масс-медиа и психолого-прагматический типы дискурса: лингвориторическая динамика дискурсивных процессов-детерминант российского социокультурно-образовательного пространства XX – XXI вв. // Известия Сочинского государственного университета. 2012. № 3 (21). С. 177-181.
4. Ворожбитова А.А. Алгоритмы и перспективы лингвориторического исследования аксиологической прагматики в динамике дискурсивных процессов // Известия Сочинского государственного университета. 2013. № 1 (23). С. 177-181.
5. Ворожбитова А.А. Сочинская лингвориторическая школа: программа и некоторые итоги // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2011. № 1. С. 77-83.
6. Ворожбитова А.А. Региональная языковая личность и лингворегионология как область научного поиска // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 11 / Под ред. проф. А.А. Ворожбитовой. Сочи: РИО СГУТиКД, 2008. С. 22-29.
7. Ворожбитова А.А. Событийный медиаконцепт «Олимпиада в Сочи» как инновационная доминанта регионального языкового сознания: лингвориторический подход // Когнитивная лингвистика: новые парадигмы и новые решения: Сб. статей / Отв. ред. М.В. Пименова. М.: ИЯ РАН, 2011. С. 123-133.

УДК 070; 316.6

**Regional Identity Formation as a Two-way Process (Based on the Data of “Journalist-Reader” Dialogue in Regional Press Media of the Murmansk Region)**

Olga N. Ivanishcheva

Murmansk State Humanities University, Russia  
Kap. Egorova street, 15, Murmansk 183072  
Dr. (Philology), Professor  
E-mail: oivanishcheva@gmail.com

**Abstract.** The article presents the results of the study of participatory character of Murmansk Region regional press media, proves that regional identity formation, performed by regional media enterprises is ineffective, states that there is no real dialogue of a newspaper with readers.

**Keywords:** regional identity; participatory periodical press; communicative strategies; mass media audience.