Санкт-Петербургский государственный университет

На правах рукописи

Рябова Татьяна Георгиевна

Массмедиа мегаполиса в информационном взаимодействии с органами власти и горожанами (на примере Санкт-Петербурга)

Специальность 10.01.10 – журналистика

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

Санкт-Петербург
2010

Работа выполнена на кафедре периодической печати факультета журналистики Санкт-Петербургского государственного университета

Научный консультант	доктор политических наук, профессор *Галина Сергеевна Мельник*
Официальные оппоненты	доктор политических наук, профессор *Сергей Анатольевич Михайлов* доктор исторических наук, профессор *Сергей Юрьевич Чимаров*
Ведущая организация	Уральский государственный университет им. А. М. Горького

Защита состоится «__» _____ 2010 года в __ часов на заседании совета Д 212.232.17 по защите докторских и кандидатских диссертаций при Санкт-Петербургском государственном университете по адресу: 199004, Санкт-Петербург, В.О., 1-я линия, д. 26, факультет журналистики СПбГУ, ауд. 303.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке имени М. Горького Санкт-Петербургского государственного университета.

Автореферат разослан «__» _____ 2010 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,
кандидат филологических наук, доцент Л. Г. Фещенко

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. В условиях реформирования публичной власти в России возникает множество проблем, требующих решения: поиск новых эффективных форм взаимодействия массмедиа, органов власти, структур гражданского общества для формирования открытого информационного пространства страны; нахождение консенсуса интересов СМИ–общества–власти, что является главным в стабилизации политической системы. Решение этих задач порождает потребность в совершенно новых формах и механизмах взаимодействия массмедиа, органов государственной власти и гражданских объединений, институтов гражданского общества, где СМИ выступают важным институтом контроля за властью. Вместе с тем, институциональные возможности массмедиа в процессе информирования граждан о деятельности власти, снятия напряжений, включения в политический процесс недовольных и сомневающихся групп населения используются недостаточно[1].

Медийный рынок является одним из самых эффективных элементов политики, позволяющий приобщать население к решению существенных общественных проблем, создавать условия, при которых граждане становятся производителем информации и участниками формирования «повестки дня». Политическая элита мегаполиса, участвуя в формировании информационной среды, также влияет на восприятие гражданами политики властей.

Социологические исследования последних лет (опросы, экспертные глубинные интервью) показывают, что главными ньюсмейкерами и акторами формирования информационной повестки дня в современной России являются президент и президентская администрация, а также исполнительные органы власти, в то время как институты гражданского общества и граждане практически совсем не оказывают влияния на формирование повестки дня. Научного осмысления требуют проблемы оптимизации модели взаимодействия

---

[1] Ильин Д. Оценка состояния и перспектив политической системы Российской Федерации в 2008 году – начале 2009 года: 1-й ежегодный Доклад Института общественного проектирования. М., 2009. С. 18.

власти, СМИ и общества с учетом современных массмедийных и политических процессов.

Степень разработанности темы. Основу данного диссертационного исследования составили научные работы, посвященные взаимодействию власти с субъектами коммуникации и функционированию средств массовой информации как политического института (Л. Д. Войтасик, С. М. Виноградова, Д. П. Гавра, К. С. Гаджиев, М. Н. Грачев, И. И. Засурский, Я. Н. Засурский, С. Г. Корконосенко, Н. С. Лабуш, Б. Н. Лозовский, Г. С. Мельник, С. А. Михайлов, Г. Г. Почепцов, Е. П. Прохоров, А. С. Пую, Л. Г. Свитич, В. А. Сидоров, Д. Л. Стровский, М. В. Шкондин, И. П. Яковлев и другие[1]); научные работы, исследующие различные аспекты политического функционирования отечественных и зарубежных СМИ[2],

---

[1] Войтасик Л. Д. Психология политической пропаганды. М., 1981; Имидж государства / региона: современные подходы: новые идеи в теории и практике коммуникации: сб. науч. трудов. Вып. 3 / отв. ред. Д. П. Гавра. СПб., 2009; Гавра Д. П. Основы теории коммуникации. СПб., 2005; Гаджиев К. С. Политология. М., 2010; Грачев М. Н. Политическая коммуникация: теоретико-методологический анализ: автореф. дисс. … докт. полит. н. М., 2005; Грачев М. Н., Ирхин Ю. В. Актуальные проблемы политической науки: коллективная монография. М., 1996; Лабуш Н. С. Силовой механизм государства и общество (политико-социологический анализ): дисс. … докт. полит. н. СПб., 1999; Лабуш Н. С. Политология в схемах и таблицах. СПб., 2006; Лозовский Б. Н. 1) Журналистика как специфическая репрезентация действительности // Известия Урал. гос. ун-та, 2006. № 40; 2) Власть как субъект манипуляции средствами массовой информации // Журналистика и политика. Екатеринбург, 2004; 3) «Четвертая власть» и общество: на тернистом пути к согласию. Екатеринбург, 2000; 4) Журналистика: техника безопасности. Тюмень, 2004; 5) Манипулятивные технологии управления средствами массовой информации. Екатеринбург, 2008; Мельник Г. С. Массовая коммуникация как фактор политического влияния: дисс. … докт. полит. н. СПб., 1998; Мельник Г. С., Тепляшина А. Н. Актуальные проблемы современности и журналистика. СПб., 2005; Мельник Г. С., Виноградова С. М. Деловая журналистика. СПб., 2010; Михайлов С. А. Современная зарубежная журналистика: правила и парадоксы. СПб., 2002; Михайлов С. А. Мировые тенденции и национальные особенности в современной зарубежной журналистике. СПб., 2002; Панарин И. Н. Информационная война XXI века: готова ли к ней Россия? // Власть. 2000. №2. С. 100-106; Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. М., 2002; Прохоров Е. П. Журналистика и демократия. М., 2001; Пую А. С. Журналистика Франции. Плюрализм и этатизм. СПб., 2003; Свитич Л. Г., Социология журналистики: методология, методы, направления и результаты исследований. М., 2010; Сидоров В. А. Политическая культура журналиста. СПб., 2010; Стровский Д. Л. Российская журналистика в эпоху перемен. Из века XX в век XXI. Екатеринбург, 2006; Шкондин М. В., Реснянская Л. Л. Типология периодической печати. М., 2009; Яковлев И. П. Стратегические коммуникации. СПб., 2006.

[2] Журналистика в мире политики: исследовательские подходы и практика участия / ред.-сост. С. Г. Корконосенко. СПб., 2004; Журналистика в мире политики: гуманистическое измерение: материалы секционного заседания конференции «Дни петербургской философии–2006» / ред.-сост. С. Г. Корконосенко. СПб., 2007; Журналистика в мире

Первоначально исследования велись в русле концепций, опирающихся на представления об англо-американском типе массмедиа. В последующие годы изучение других типов СМИ потребовало иных контекстов и политических традиций. В отечественной политической науке наиболее значимыми являются работы авторов: Е. Г. Дьяковой, Е. Ю. Кольцовой, И. Н. Панарина, Г. Г. Почепцова, В. П. Пугачева, Р. А. Сабитова, А. И. Соловьева, А. В. Чугунова и других[1].

Среди отечественных исследователей, изучающих феномен власти, можно выделить таких известных авторов, как В. А. Ачкасов, В. А. Ачкасова, В. Н. Амелин, В. А. Антонов, К. С. Гаджиев, В. А. Гуторов, А. Н. Данилов, А. Г. Здравомыслов, В. В. Ильин, В. В. Крамник, В. Н. Кудрявцев, О. М. Ледяева, А. Н. Леонтьева, Д. В. Селезнев, Р. Н. Соколова, А. И. Уваров, А. А. Федосеев, В. Ф. Халипов, и других[2]. Особую ценность для диссертационного исследования представляли работы, отражающие психологическую природу политической власти (Д. Адаир, А. М. Зимичев, С. Г. Кара-Мурза, А. Г. Конфисахор, Р. Д. Лифтон, Л. И. Ольшанский, Р. Харрис, А. И. Юрьев)[3].

политики: спрос на интеллект: материалы секционного заседания конференции «Дни Петербургской философии-2007» / ред.-сост. В. А. Сидоров. СПб., 2008; Журналистика в мире политики: ответственность перед будущим. Дни Петербургской философии / под ред. В. А. Сидорова. СПб., 2009.

[1] Дьякова Е. Г. Массовая коммуникация и власть. Екатеринбург, 2002; Кравченко В. И. Власть и коммуникация в информационном обществе: проблемы теории и методологии. СПб., 2004; Панарин И. Н. Информационная война за будущее России. М., 2008; Почепцов Г. Г. Информационно-политические технологии. М., 2003; Пугачев В. П., Соловьев А. И. Введение в политологию. М., 2010; Сабитов Р. А. Политический анализ теории коммуникативного процесса Г. Лассуэлла и его роль в формировании информационной политики. Краснодар, 1999; Соловьев А. И. Политология: политическая теория, политические технологии. М., 2000.

[2] Политология. Учебник для ВУЗов / под ред. В. А. Ачкасова, В. А. Гуторова. М., 2009; Ачкасов В. А. 1) Ачкасов В. А., Еремеев С. Г. Десятилетие либеральных реформ и перспективы развития гражданского общества // Гражданский форум. 2002. № 2. С. 27–39; Особенности эволюции российской государственности или почему в России нет нации-согражданства? // ПОЛИТЭКС. Политическая экспертиза. Т. 5. № 4. СПб., 2009; Ачкасов В. А., Еремеев С. Г. Глобализация и основные тенденции в развитии современного мира. СПб., 2009; Ачкасова В. А., Быстрова А. С. Региональные элиты Северо-Запада России: политические и экономические ориентации. СПб., 2001; Технологии в политике и политическом управлении / Амелин В. Н., Анохин М. Г., Ахременко А. С. и др. М., 2000; Данилов А. Н. Власть и общество: поиск новой гармонии. Минск, 1998.

[3] Адаир Д. Психология власти. М., 2004; Зимичев А. М. Психология политической борьбы. СПб., 1989; Кара-Мурза С. Г. Власть манипуляции. М., 2007; Конфисахор А. Г. Психология политической власти. СПб., 2009; Лифтон Р. Д. Технология «промывки мозгов». Психология тоталитаризма. СПб., 2005; Ольшанский Д. В. Политическая психология. СПб., 2002; Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб., 2002.

Для решения поставленных задач также использовались материалы социологических исследований и мониторинга СМИ по выявлению вопросов влияния на позицию изданий и содержание публикаций[1], а также труды ученых факультета журналистики СПбГУ, посвященные изучению СМИ[2]. Методологическое значение для данной работы имели также материалы Гражданского форума, организуемого с 2001 г. на базе Санкт-Петербургского государственного университета, цель которого – создание эффективного механизма непрерывного и развивающегося взаимодействия различных секторов российского общества, где СМИ рассматривается как богатейший ресурсный потенциал для создания информационного пространства и консолидации общества[3].

Научная новизна диссертации выражается в том, что а) всесторонне рассматривается современная пресса Санкт-Петербурга с позиции целостной системы, объединяющей как объективные, так и субъективные факторы эффективности взаимодействия массмедиа с органами исполнительной власти города в новых политических реалиях, связанных с экономическим кризисом; б) показан процесс влияния регионального рынка массмедиа мегаполиса на формирование специфической модели взаимодействия исполнительных органов власти и СМИ; в) на основе социологических исследований, анкетирования журналистов, глубинных интервью с представителями власти в Санкт-Петербурге, занимающимися информационной политикой, контент-анализа текстов, выявлены условия установления партнерских отношений между властью, СМИ, информационными структурами и формирующимися

---

[1] Реснянская Л. Л., Свитич Л. Г., Фомичева И. Д., Ширяева А. А. Перспективы развития региональной прессы // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1996. № 3; Муниципальная пресса, реформа местного самоуправления, национальные проекты / руководитель проекта С. Г. Колесник, науч. консультант Г. С. Мельник / В. Л. Касютин, Р. Ф. Туровский, С. В. Салтанова, Л. Г. Свитич, А. А. Ширяева, В. Н. Бондарь, Т. С. Федяева, А. В. Кынев, П. Н. Киричек, А. М. Панасюк, С. П. Жданова. М., 2006; НИР «Деловая журналистика и бизнес-коммуникации». СПб., 2008-2009 гг.; Мерсиянова И. В. Муниципальная Россия: социально-экономическая ситуация и развитие местного самоуправления: аналитическая записка по результатам социологического исследования (февраль-май 2007 года). М., 2007 // www.frip.ru/newfrip/dbase/3010.pdf и др.

[2] Массмедиа российского мегаполиса: типология печатных СМИ / под общ. ред. М. А. Шишкиной; науч. ред. Б. Я. Мисонжников. СПб., 2009; Журналистика в мире технологий: матер. науч.-практ. семинара / под ред. М. Н. Кима, СПб., 2009.

[3] Малькевич А. А. Актуализация роли средств массовой коммуникации в построении институтов гражданского общества в современной России // Гражданский форум. 2002. № 2. С. 125.

институтами гражданского общества, а также причины дисфункций в системе «власть – политическая элита – СМИ – горожане».

Цель диссертационного исследования – провести всесторонний анализ способов и форм взаимодействия прессы Санкт-Петербурга с органами исполнительной власти и выявить механизмы, обеспечивающие соответствие двух институтов информационной среде и потребительским запросам горожан Санкт-Петербурга.

Задачи:

1. Рассмотреть систему взаимодействия органов исполнительной власти, политической элиты и СМИ как фактор политического управления обществом в условиях мегаполиса.
2. Изучить основные направления региональной информационной политики, ее влияние на развитие мегаполиса.
3. Определить модель реализации коммуникационной политики органа исполнительной власти.
4. Выявить причины дисфункций в системе «власть – СМИ – общество», действующей в информационном пространстве мегаполиса.
5. Провести сравнительный анализ взглядов журналистов Санкт-Петербурга и представителей исполнительной власти на региональную информационную политику и выявить совпадения актуальной для общества повестки дня, формируемой властью в городе, и соответствующих тем в приоритетах общественно-политических СМИ.

Положения, выносимые на защиту:

1. Полноценная работа демократических институтов невозможна без нормального функционирования СМИ, которые, комментируя и оценивая политические события, ориентируют граждан в сложном и противоречивом социально-политическом процессе. Однако не все средства массовой информации нацелены на созидательную работу, своей деятельностью создают очаги напряженности. Значимым ресурсом развития региона является активность граждан, однако СМИ мегаполиса

не всегда используют механизмы для активизации и настроя горожан на участие в реализации социальных проектов, часть из которых по этой причине обречена.

2. Реализуя государственную информационную политику, исполнительные органы все больше апеллируют к волеизъявлению жителей страны, отрабатывая через массмедиа публичные приемы завоевания власти. Политическая элита в целях собственного воспроизводства также использует огромные возможности журналистики, пытаясь влиять на информационную среду. Наиболее ярко эти тенденции проявляются в деятельности органов исполнительной власти в мегаполисе, где присутствуют множественные экономические, политические, социальные связи и где осложнено политическое управление.
3. В информационном пространстве мегаполиса, который представляет собой Санкт-Петербург, происходит столкновение интересов власти, элит и горожан, что затрудняет общественный диалог, который сложно наладить из-за наблюдаемой почти повсеместной ангажированности СМИ, ставят приоритетными интересы власти в ущерб информационным потребностям населения.
4. Чем шире масштабы публичности чиновничества, чем шире диалог между различными политическими силами, тем большую роль играют СМИ как средство социальной коммуникации. Сегодня для цивилизованного диалога власти и прессы необходимы кардинально иная организация политических институтов, принципиально другие фигуры, действующие на основании других организационных принципов.
5. В сферу научного интереса и практики журналистики попадают задачи по поиску механизмов эффективной работы системы «власть (ее информационные структуры) – СМИ – политические и бизнес-элиты – горожане», требующие создания технологий, которые позволяют: 1) оценивать риски и угрозы реализации городских проектов с участием СМИ и горожан; 2) сокращать объемы коррупционных отношений в этой системе; 3) вырабатывать эффективные подходы к проектированию успешных политических стратегий.

Объектом исследования являются общественно-политические издания Санкт-Петербурга и органы исполнительной власти города.

Предметом исследования является специфика освещения деятельности органов власти в общественно-политических изданиях Санкт-Петербурга, практика взаимодействия государственных служащих, журналистов и общественности в принятии важных для современного мегаполиса политических решений.

Эмпирическую базу диссертации составили общественно-политические, деловые, муниципальные, специализированные, корпоративные и другие издания Санкт-Петербурга (базовыми являлись: «Санкт-Петербургские ведомости», «Петербургский дневник», «Невское время», «Смена»); ресурсы Интернет (официальный сайт правительства Санкт-Петербурга, администраций районов города, отраслевых комитетов, Интернет версии изданий Санкт-Петербурга); аналитические обзорные статьи в общероссийской прессе (журналы: «Власть», «Эксперт – Северо-Запад», «Журналист», «Massmedia XXI век»; газеты: «Коммерсант», «Российская газета», «Ведомости»); результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств; законодательные акты в сфере СМИ, документы по информационной политике администрации Санкт-Петербурга (концепция социально-экономического развития до 2025 г., программа развития Санкт-Петербурга как туристического центра на 2005-2010 гг., стратегический план развития города, Петербургская стратегия сохранения культурного наследия, стратегия перехода Санкт-Петербурга к информационному обществу).

Данная диссертационная работа выполнена в рамках НИР «Разработка теории и практики функционирования массмедиа российского мегаполиса» (СПбГУ, факультет журналистики, 2007–2010). Основную эмпирическую базу составили материалы исследования.

Методы исследования. В диссертации применен системный и структурно-функциональный подход, использован метод глубинных интервью с руководителями редакций печатных СМИ Санкт-Петербурга и руководителями пресс-служб исполнительных органов власти. Контент-анализ

применялся при изучении текстов в общественно-политических изданиях Санкт-Петербурга за 2008 г., освещающих деятельность власти. В еженедельной газете рассматривались все публикации по теме (сплошная выборка). Для ежедневной газеты был выбран шаг – изучалась каждая третья газета. Количественному описанию подверглись следующие показатели: а) наличие и отсутствие упоминаний конкретных органов исполнительной власти; б) наличие и отсутствие упоминаний конкретных чиновников, возглавляющих комитеты и районные администрации; в) наличие/отсутствие определенных тем, связанных с освещением деятельности органов власти на страницах изданий; г) основные темы; д) количество ньюсмейкеров; е) количество журналистов, освещающих указанные темы; ж) объем публикаций, их количественные и жанровые показатели; з) отношение к явлениям и объектам описания; и) источник информации; к) общая тональность выступлений.

Учитывая тематическую универсальность общественно-политических изданий Санкт-Петербурга, все рассматриваемые публикации были разделены на четыре основные сферы – политика, экономика, социальная сфера, культура. «Внутри» каждого аспекта выделялись приоритетные для газет темы, и выявлялась степень их соответствия тенденциям общественного развития и запросам горожан. Контент-анализ позволил выявить, насколько журналисты способны осмыслить факты, события, явления политической жизни, выразить свою точку зрения, интерпретировать факты, предлагать конструктивные решения, а также позволил определить популярные комитеты администрации и основных ньюсмейкеров, приоритетные темы, выделить закрытые структуры власти.

Смысловые (качественные) единицы и единицы счета. За смысловую единицу взята социально значимая тема, связанная с деятельностью органов исполнительной власти.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что основные положения и выводы диссертации могут быть использованы при формулировании принципов и условий формирования оптимальной теоретической модели взаимодействия органов исполнительной власти, СМИ и общества, соответствующей современным запросам.

Практическая значимость исследования заключается в том, что положения и выводы диссертации могут быть использованы в деятельности органов исполнительной власти при разработке рекомендаций администрации города для формирования принципов информационной политики региона, а также в практике СМИ при организации работы редакции с властными структурами; в учебном процессе – для подготовки учебно-методических пособий и чтения лекций по дисциплинам: «Основы творческой деятельности журналиста», «Теория и практика СМИ», при подготовке методических материалов для проведения обучающих семинаров для сотрудников СМИ и пресс-служб мегаполиса.

Хронологические рамки исследования – 2008-2010 гг.

Апробация темы. Основные положения и результаты исследования докладывались на конференциях, семинарах, симпозиумах: «Современные деловые издания: темы, жанры, стилистика» (Санкт-Петербург, 11-13 октября 2007 г.); «Журналистика в мире политики» (Санкт-Петербург, декабрь 2007 г.); «СМИ в современном мире. Молодые исследователи» (Санкт-Петербург, 28 февраля – 1 марта 2008 г.); «Язык и стиль массовой коммуникации» (Санкт-Петербург, 18-19 апреля 2008 г.); «Средства массовой информации в современном мире» (Санкт-Петербург, 23-24 апреля 2008 г.); «Этика и право современных СМИ» (Санкт-Петербург, 17-18 июня 2008 г.); «СМИ в социокультурном пространстве Санкт-Петербурга и проблемы современной журналистики» (Санкт-Петербург, декабрь 2008 г.); международный симпозиум «Имидж государства/региона в современном информационном пространстве» (Санкт-Петербург, март 2009 г.); «Россия в период трансформации: актуальные проблемы: материалы третьей международной научно-практической конференции студентов и аспирантов» (Ярославль, март 2009 г.); «Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения» (Санкт-Петербург, апрель 2009 г.); Международная научная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов-2009» (Москва, апрель 2009 г.); «Имидж США в России в современных условиях: перезагрузка» (Санкт-Петербург, май 2009 г.); «Толерантность и интолерантность в современном обществе» (Санкт-Петербург, май 2009 г.). По

теме диссертации опубликовано 12 статей, 2 из которых – в журнале из списка ВАК.

Структура работы соответствует поставленным целям и задачам и определяется логикой исследования. Диссертация состоит из Введения, трех глав, Заключения, Списка используемой литературы и Приложений.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во Введении обоснована актуальность темы, отражена степень разработанности проблемы, сформулированы цель и задачи исследования, определены объект и предмет, теоретическая, методологическая и эмпирическая основа, а также научно-практическое значение.

В первой главе **«Власть, политическая элита и СМИ: системный фактор политического управления в условиях мегаполиса»** анализируется роль мегаполиса как аккумулятора политических процессов, в котором субъекты политической коммуникации используют многочисленные информационные ресурсы города для создания выгодного контента.

В разделе 1.1 **«Исполнительная власть как субъект политико-коммуникационного процесса в мегаполисе»** проведен анализ обобщающих политологических исследований на уровне мегаполиса, который выявил основное противоречие – несоблюдение баланса между 1) демократией и эффективностью; 2) социальной справедливостью и хорошей системой управления.

Дается критический анализ научных работ о политических процессах в современных обществах (в частности концептуальные Общественной палаты РФ) и о политическом управлении в современных мега-городах[1].

---

[1] Вульфович Р. М. 1) Управление в метрополитенских регионах в XXI веке: политический аспект. Монография. СПб., 2001; 2) Основные проблемы управления городами // Государственное управление и политика: учеб. пособ. / под ред. Л. В. Сморгунова. СПб., 2002; 3) Глобальная взаимозависимость и политические проблемы крупных городов: значение для городов России. Доклад. СПб., 2003; Шестопал Е. Б. Психологический профиль российской политики 1990-х: теоретические прикладные проблемы политической психологии М., 2000.

В разделе характеризуется и описывается система исполнительных органов власти Санкт-Петербурга, которая включает в себя правительство города (высший исполнительный орган), администрацию губернатора, различные комитеты, управления, инспекции (всего 38), администрации районов города (всего 18), рассмотрены уникальные образы мега-города Санкт-Петербурга[1], создаваемые властью с помощью СМИ. В зависимости от того, как сложатся внешние факторы, влияющие на развитие мегаполиса, и какие будут выбраны основные приоритеты в деятельности органов государственной власти, можно говорить о возможных сценариях развития города: 1) Санкт-Петербург – мировой город, открытый, крупнейший международный центр делового, политического и культурного сотрудничества, интегрированный в мировую экономику; 2) Санкт-Петербург – торгово-транспортный узел. Развитие города как крупнейшего российского торгово-транспортного центра международного значения, расположенного на Балтике; 3) Санкт-Петербург – центр инноваций. Он предусматривает развертывание масштабной программы содействия инновациям, нацеленной на превращение мегаполиса в российский и потенциально мировой центр инноваций. Оптимальным является развитие Санкт-Петербурга по всем трем вышеуказанным направлениям одновременно.

В разделе 1.2 «**Влияние регионального рынка массмедиа в мегаполисе на модели взаимодействия власти и СМИ»** показана динамика растущего медиарынка Санкт-Петербурга как важного компонента мегаполиса. Медиарынок направлен на удовлетворение разносторонних интересов горожан: на нем широко представлены общественно-политические издания, освещающие деятельность исполнительных органов власти, а также многочисленные информационные агентства, передающие официальную информацию и формирующие политическую картину дня.

К настоящему времени в Санкт-Петербурге сложилась *рыночная модель взаимодействия СМИ и власти с элементами государственного управления.* К ее основным положительным элементам можно отнести следующие: высокая медийная насыщенность; наличие большого сектора

---

[1] Тульчинский Г. Л. Постчеловеческая персонология. Новые перспективы свободы и рациональности. СПб., 2002. С. 574-590.

негосударственных СМИ; развитый рекламный рынок; большой объем государственных дотаций, особенно на печатные СМИ, что позволяет сохранять высокий уровень подписки на газеты и журналы; стремление медийного сообщества к самоорганизации (наличие союзов, ассоциаций, клубов), высокая конкурентная среда. Вместе с тем, появились новые характеристики: насаждение «культа личности» главы города-миллионника с помощью СМИ и политических элит; присутствие в повестке дня информационных выпусков большого объема некомментированной официальной информации; закрытая информационная политика власти; односторонняя коммуникация, позиция «единственно верной» идеи, ее лоббирование через общественно-политические и специализированные СМИ.

На основе анализа рынка СМИ Санкт-Петербурга выявлен закономерный рост числа печатных СМИ[1] в мегаполисе (на 500 горожан приходится одно печатное издание). В последнее время наблюдается тенденция к сокращению аудитории изданий различного тематического профиля из-за перенасыщенности рынка, перераспределения аудитории между другими изданиями, недостаточного финансирования. Рассмотрены основные типы газет петербургского рынка, в которых наиболее полно отражаются проблемы функционирования органов исполнительной власти и чиновников в мегаполисе (общественно-политические, деловые, бесплатные и рекламные издания).

Отдельно анализируются информационные агентства, функционирующие в условиях мегаполиса, изучается степень их влияния на формирование информационной картины дня. Анализ новостных лент информационных агентств Санкт-Петербурга в Интернете, проведенный автором исследования в 2010 г., показывает, что примерно треть сообщений имеют политическое содержание и размещаются редакциями под отдельными рубриками или выделяются тем или иным способом, что свидетельствует о востребованности СМИ и обществом политической информации.

В разделе 1.3 **«Роль региональной политической элиты в формировании информационной среды»** исследуется политическая элита

[1] См.: Рябова Т. Г. Рынок печатных изданий Санкт-Петербурга: современное состояние и тенденции // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия «Филология. Востоковедение. Журналистика». 2009. Вып. 1. Ч. I. С. 115–121.

Санкт-Петербурга как субъект принятия стратегических решений. На основе анализа источников, посвященных изучению элитологии, в которых рассматривается позиционирование элиты в системе власти, эволюция властных групп в России, институционализация элит в условиях трансформирующегося общества, функционирование политической и административной власти в российских регионах[1].

Региональную властную элиту Санкт-Петербурга составляет совокупность лиц, занимающих ключевые позиции в важнейших институтах политико-административной и экономической власти региона[2]. Элиты выступают активными субъектами построения и реализации властных отношений. Усиление административной составляющей в составе региональной политической элиты в политической сфере: максимальная вероятность победы на выборах в законодательные органы власти субъектов РФ (64%) имеется у представителей глав исполнительной власти регионов[3].

В результате исследования особенностей политики петербургской элиты в области социальной сферы, анализа либерального, консервативного и социал-демократического режимов государства (классификация Г.Эспинг-Андерсена)[4], определены важнейшие характеристики социальной политики администрации. Было выявлено, что элита выступает за широкое вмешательство и ответственность государства в области обеспечения социальных благ. В целом элита негативно относится к равенству в распределении и не поддерживает идею перераспределения доходов от богатых к бедным. 58% отдают предпочтение конкурентному обществу, и лишь 28% выступают за эгалитарное устройство, при котором разрыв между богатыми и бедными невелик. В публичной сфере продвигается идея о том, что предпочтение должно отдаваться обществу с широкими социальными

---

[1] Ачкасова В. А., Быстрова А. С., Даугавет А. Б. и др. Региональные элиты Северо-Запада России. СПб., 2001; Власть и элиты в современной России: сб. науч. статей / под ред. А.В. Дуки. СПб., 2003.

[2] Тев Д. Б. Властная элита Санкт-Петербурга // www.politex.info/content/view/466/30/#_ftn3

[3] Кравченко Ю. В. Институциональная структура региональной политической элиты в современном российском обществе: автореф. …. канд дис. соц. наук. Волгоград, 2005. С. 15.

[4] См.: Esping-Andersen G. The Three Worlds of Welfare Capitalism. Cambridge: Polity Press, 1990.

гарантиями и высокими налогами. «Социал-демократическую» модель предпочитает 61% опрошенных против всего 18% сторонников «либеральной» модели общества с низкими налогами и ответственностью каждого за собственное благополучие.

Во второй главе **«Региональная информационная политика Санкт-Петербурга и журналистские практики»** анализируется региональная информационная политика, сравниваются взгляды представителей органов власти Санкт-Петербурга и редакторов СМИ на ее развитие.

В разделе 2.1. «**Власть как структурный элемент политической коммуникации»** исследуется политическая коммуникация – важнейший компонент и неотъемлемая составная часть политической системы общества, которая «устанавливает связи между институтами политической системы. К субъектам политической коммуникации относятся: индивиды, социально-политические общности и институты (к ним можно отнести СМИ – Р. Т.), по отношению к которым окружающей социальной средой является общество в целом.

Рассматриваются подходы к определению понятия «власть», предложенные, как зарубежными, так и отечественными учеными. Политическая власть – это форма власти, регулирующая систему отношений в социуме, формирующая стратегическое целеобразование общества, картину мира, мировоззрение, жизненную позицию как субъектов, так и объектов политики. Это право, способность и возможность отстаивать и претворять в жизнь определенные политические взгляды, установки и цели.

Политическая власть имеет ряд признаков, отличающих ее от других видов власти: право использовать силу на территории страны; наличие государственного центра принятия политических решений, право использовать самые разнообразные средства (экономические, социальные, информационные); действует на основе права от имени всего общества; распространяется на все общество конкретного государства.

Средства массовой информации являются важнейшим институтом гражданского общества, инструментом взаимодействия между властью

и обществом. Именно массмедиа призваны обеспечить прозрачность власти. Однако в треугольнике «властные органы – граждане – массмедиа» складываются напряженные и противоречивые отношения, обусловленные рядом причин: 1) не уменьшается разрыв между «небожителями политики, бизнеса и госуправления и рядовыми гражданами с миллионом кричащих проблем»[1]; 2) проявляется тенденция перехода СМИ под контроль наиболее влиятельных политических и финансовых групп; 3) продолжается борьба за власть и новый передел собственности между политическими и экономическими элитами России; 4) институт учредительства (отраслевые органы исполнительной власти, органы представителей власти в субъектах Федерации и подразделения, местные советы депутатов) используется для давления на редакцию: учредители видят в СМИ лишь инструмент управления; 5) пресса оказалась заложником между государственным и рыночным регулированием; 6) усиливается конкуренция между федеральными органами власти и региональными за сферы влияния и контроль над СМИ; 7) СМИ представляют себя выразителем гражданского общества, но фактически стремятся конструировать общество и его интересы.

В процессе исследования разработана модель реализации коммуникационной политики органа исполнительной власти, которая наглядно демонстрирует сложившуюся схему передачи информации от властных структур обществу, где используются различные каналы трансляции.

В разделе 2.2 **«Государственная информационная политика: опыт мегаполиса»** изучена государственная информационная политика, ее структура, которая строится по общей схеме: «идея – цель – принципы – направления и задачи деятельности – механизмы реализации»[2]. Под государственной информационной политикой (ГИП) следует понимать политику государства в отношении субъектов информационной деятельности, а

---

[1] Яковлева Е. Гражданское общество – это не группа диссидентов // Российская газета. 2004. № 3532.

[2] Скачко О. В. Государственная информационная политика России в сфере СМИ: теоретические аспекты и современная практика: дисс. … канд. полит. наук. СПб., 2006. С. 20.

также государственное управление информационной сферой, состоянием общественного сознания, системой СМИ. В РФ основополагающим документом нормативно-правового изложения ГИП является Концепция государственной информационной политики (КГИП)[1], принятая 15 октября 1998 г. Основные положения ГИП в сфере СМИ актуальны сегодня как никогда: 1) недопущение подчинения массмедиа конъюнктурным интересам власти и бизнеса; усиления возможностей влияния на СМИ; 2) регулирование уровня концентрации и монополизации прессы; 3) защита интересов региональных рынков массовой информации и содействие развитию местных газет; 4) совершенствование национального законодательства в части гарантий свободы слова и информации.

В разделе 2.3 **«Сравнительный анализ взглядов журналистов и представителей исполнительной власти на региональную информационную политику (по материалам глубинных интервью)»** анализируются результаты экспертных интервью (всего 30) с руководителями СМИ, журналистами и руководителями пресс-служб органов исполнительной власти, проведенные автором в течение 2008–2009 гг. Вопросы для редакторов и журналистов были разбиты на несколько блоков: о механизмах получения официальной информации; отборе и публикации официальной информации; методах общения с представителями властных структур; предпочтениях аудитории.

Результаты глубинных экспертных интервью показали, что 90% журналистов, говоря о методах получения официальной информации, отметили высоко технологичную работу пресс-службы правительства Санкт-Петербурга. Выявлено, что журналисты используют до 70% официальных данных, поступающих из органов исполнительной власти в редакцию. Информация предоставляется несколькими способами: веерная рассылка пресс-релизов, официального издания правительства города «Информационный бюллетень» администрации Санкт-Петербурга; размещение на сайте правительства официальной информации; предоставление

[1] Объекты ГИП и ее содержание // Концепция государственной информационной политики. Ч. 2. М., 1998.

оперативной информации по электронной почте аккредитованным журналистам. Респонденты отметили, что чаще всего в роли источников информации выступают одни и те же органы исполнительной власти (30% органов исполнительной власти остаются информационно закрытыми). На основе глубинных интервью выявлены сложности, возникающие в процессе взаимодействия журналистов и чиновников: получение официальных комментариев, закрытость властных структур, нежелание сотрудничать со СМИ, игнорирование запросов редакции.

Несмотря на значительное количество аккредитованных корреспондентов, в непосредственном контакте с властью работает ограниченный круг людей: политические и парламентские обозреватели общественно-политических газет, представители деловых изданий. Анализ работы губернаторского пула показал, что у каждого участника коммуникации есть собственная мотивация. Для журналиста это престиж, признание профессиональных качеств, высокий статус, постоянный интерес аудитории. Для чиновников это возможность влиять на информационную картину дня, возможность расставлять приоритеты, акцентировать внимание граждан на каких-то конкретных темах, умалчивая при этом другие, не менее важные вопросы.

Экспертные интервью с пресс-секретарями органов власти Санкт-Петербурга позволяют сделать несколько иные выводы. Вопросы, которые были заданы представителям властных структур, связаны с грантами для СМИ, информационной политикой города, методами работы с журналистами, предоставлением официальной информации. Респонденты указали, что у властных структур есть свои приоритетные темы, которые они хотят видеть на страницах газет. Для достижения необходимого результата выстраиваются личные взаимоотношения с журналистами, с главными редакторами изданий. Кроме того, власть поддерживает интересные для нее проекты.

Представители пресс-служб уверены, что большая часть информации, которую они предоставляют СМИ, соответствует нуждам населения. Однако закрытость органов управления, недостаточное или неэффективное

взаимодействие с общественностью приводят к отчуждению населения от власти. Разрывается связь между государственными структурами и обществом. Это происходит из-за совокупности факторов: чиновники боятся привлекать общественность к решению спорных вопросов; не хватает специалистов в сфере связей с общественностью, способных наладить коммуникационный процесс; не отлажены методы двусторонней коммуникации.

В третьей главе «**Специфика освещения деятельности исполнительных органов власти в общественно-политических газетах Санкт-Петербурга»** анализируются данные, полученные в ходе контент-анализа текстов ведущих общественно-политических газет Санкт-Петербурга, наиболее полно освещающих деятельность органов исполнительной власти города.

В разделе 3.1 **«Особенности освещения деятельности органов исполнительной власти и чиновников в общественно-политических газетах мегаполиса (контент-анализ)»** приведены результаты анализа публикаций о деятельности органов исполнительной власти, выявлена степень адекватности освещения администрации и чиновников, определена частота упоминаний органов исполнительной власти и чиновников и степень их популярности.

Методом сплошной выборки проанализированы публикации за 2008 г. в общественно-политических СМИ Санкт-Петербурга, посвященные органам исполнительной власти в газетах «Петербургский дневник» (проанализированы 29 выпусков за 2008 г.), «Невское время» (проанализированы 58 выпусков за 2008 г.), «Смена» (проанализирован 51 выпуск за 2008 г.), «Санкт-Петербургские ведомости» (проанализированы 57 выпусков за 2008 г.).

Результаты контент-анализа показали, что наибольшее количество текстов (521), в которых упоминаются органы исполнительной власти и чиновники, опубликовано на страницах «Петербургского дневника». На втором месте газета «Смена» – 216 материалов. Наименьшее количество текстов (133) опубликовано в «Санкт-Петербургских ведомостях».

Самой популярной в «Смене» является рубрика «События недели» (115 материалов). В газете «Санкт-Петербургские ведомости» нет изобилия рубрик, но больше всего материалов опубликованы в «Фактах и комментариях» (59 текстов). В газете «Невское время» самой популярной рубрикой является «Петербург» (105 текстов). Составлен рейтинг наиболее популярных властных структур, результаты которого отражены в таблице.

Исполнительный орган государственной власти	**Количество упоминаний**
Правительство Санкт-Петербурга	152
КГИОП	96
КЭРППиТ	60
КГА	53
Комитет по транспорту	47
Жилищный комитет	46
КБДХ	44
КУГИ	32
Комитет по здравоохранению	22

Бесспорными лидером в рейтинге самых популярных органов власти стало правительство Санкт-Петербурга, КГИОП и КЭРППиТ. Данные результаты подтверждают, что основными темами во всех общественно-политических изданиях являются деятельность городского правительства, реставрационные работы, исторические памятники, а также экономические проблемы. Как показали результаты исследования, 19 властных структур (более 30%) полностью отсутствуют в информационном поле.

На основании анализа текстов был составлен также рейтинг ньюсмейкеров из числа высокопоставленных чиновников города.

Чиновники	**Количество упоминаний**
Валентина Матвиенко, губернатор Санкт-Петербурга	479
Александр Вахмистров, вице-губернатор, руководитель администрации губернатора	55
Александр Полукеев, вице-губернатор	22
Юнис Лукманов, председатель жилищного комитета	19
Михаил Осеевский, вице-губернатор	20
Вера Дементьева, председатель КГИОП	42
Людмила Косткина, вице-губернатор	16
Александр Викторов, председатель КГА до декабря 2008 г.	19
Алексей Сергеев, вице-губернатор	12

Неоспоримым лидером в рейтинге ньюсмейкеров является губернатор Санкт-Петербурга Валентина Матвиенко. Менее десяти лидеров мнений дают постоянные комментарии в СМИ по актуальным проблемам города и влияют на общественно мнение, в то же время другие чиновники предпочитают не создавать информационных поводов.

В разделе 3.2 **«Проблемно-тематическое содержание публикаций, освещающих деятельность исполнительных органов власти в общественно-политических газетах Санкт-Петербурга»** изучены приоритетные темы общественно-политических изданий мегаполиса, в четырех сферах: политическая, экономическая, социальная и культурная. Как показали результаты исследования, каждое СМИ отдает предпочтение отдельной сфере. «Петербургский дневник» уделяет внимание политике, «Смена» – социальной сфере, на страницах «Невского времени» примерно равное количество материалов, освещающих экономику и социальную сферу, «Санкт-Петербургские ведомости» чаще освещают экономические и политические события. В меньшей степени все исследуемые издания освещают события, происходящие в культурной сфере.

К приоритетным темам, затрагивающим политическую жизнь мегаполиса, относятся: хроника встреч и поездок губернатора В. Матвиенко; соглашения, постановления правительства города; кадровые перестановки в органах исполнительной власти; заседания правительства; строительство и ремонт жилья; развитие транспортной инфраструктуры.

Контент-анализ позволил выявить серьезные расхождения в приоритетах СМИ и их потенциальной аудитории, во взглядах журналистов и аудитории на реальность. Мало публикаций, отвечающих принципу «обратной связи». Прежде всего, очевиден перекос в сторону отдельно взятой темы (строительство «Охта-центра», закрытие бани на Петроградской стороне). Мизерными оказываются доли материалов, посвященных уровню жизни населения, вопросам образования, улучшения медицинских услуг, проблемам социальной сферы, проводимой в стране административной реформе.

Проведенный анализ текстов позволил сделать вывод, что приоритеты СМИ далеко не всегда совпадают с приоритетами социальной проблематики, обозначаемыми населением. Если гражданам важны, прежде всего, проблемы, непосредственно связанные с их уровнем жизни и комфортной средой обитания, власть акцентирует внимание на собственных заслугах, привлечении инвесторов, строительстве и других значимых для нее темах. Существующую модель взаимоотношений власти, горожан и массмедиа нельзя назвать эффективной, так как сохраняются взаимные претензии друг другу у всех участников политической коммуникации.

В Заключении диссертации обобщаются результаты проведенного исследования и формулируются основные выводы и предложения.

По теме диссертационного исследования опубликованы следующие научные работы:

1. **Рябова Т. Г. Рынок печатных изданий Санкт-Петербурга: современное состояние и тенденции // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия «Филология. Востоковедение. Журналистика». 2009. Вып. 1. Ч. I. С. 115–121.**
2. **Рябова Т. Г. Особенности освещения деятельности исполнительных органов власти в официальных СМИ (на примере газеты «Петербургский дневник») // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия «Филология. Востоковедение. Журналистика». 2009. Вып. 3. С. 432 – 437.**
3. Рябова Т. Г. СМИ и власть в политической коммуникации // Материалы VII межвузовской науч.-практ. конференции студентов и аспирантов «Средства массовой информации в современном мире». СПб., 2008. С. 47–49.
4. Рябова Т. Г. Власть и СМИ в период кризиса: проблемы взаимной ответственности // Журналистика в мире политики: ответственность перед будущим: Материалы секционного заседания конференции «Дни Петербургской философии-2008» / ред.-сост. В. А. Сидоров. СПб., 2009. С. 160–164.

5. Рябова Т. Г. Муниципальная пресса в структуре мегаполиса // Тезисы науч.-практ. конференции «Средства массовой информации в современном мире». СПб., 2008. С. 41–43.
6. Рябова Т. Г. Компетенции журналиста делового издания // Тезисы науч.-практ. конференции «Средства массовой информации в современном мире». СПб., 2009. С. 240–241.
7. Рябова Т. Г. Муниципальная пресса в структуре СМИ Санкт-Петербурга // Материалы круглого стола «СМИ в социокультурном пространстве Санкт-Петербурга и проблемы современной журналистики». СПб., 2009. С. 16–17.
8. Рябова Т. Г. Сайт администрации как информационный ресурс для СМИ // Журналистика в мире технологий: материалы науч.-практ. семинара 6 декабря 2009 / ред.-сост. М. Н. Ким. СПб., 2009. С. 107–111.
9. Муниципальная пресса в структуре СМИ Санкт-Петербурга // Материалы докладов XVI Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов» // http://www.lomonosov-msu.ru/2009/
10. Рябова Т. Г. Специфика освещения деятельности органов власти в медиатексте (на примере Санкт-Петербурга) // Материалы круглого стола: «Текст в системе обучения журналиста». СПб., 2010. С. 36–38.
11. Рябова Т. Г. Приоритетные темы общественно-политических изданий Санкт-Петербурга как показатель информационной политики администрации // Материалы III международной науч.-практ. конференции «Интегрированные коммуникации: актуальные проблемы и инновационные технологии». Челябинск, 2010. С. 60–63.
12. Рябова Т. Г., Коняева Ю. М., Павлушкина Н. А. Массмедиа мегаполиса как составляющая имиджа Санкт-Петербурга // Материалы международного симпозиума: «Имидж государства / региона в современном информационном пространстве». СПб., 2010. С. 418–422.