

УДК 070.19: 316.774

DOI: 10.17223/23046082/10/6

## **ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПОРТРЕТ ГОРОДСКИХ СМИ КАРАГАНДЫ И ТОМСКА**

*Е.В. Журавлева, Н.А. Мишанкина*

Национальный исследовательский  
Томский государственный университет, Томск, Россия

Городские газеты – представители многочисленного типологического класса региональной прессы, основным признаком которой является локальность. Проведенное ранее исследование выявило, что информационно успешными жителями двух регионов в России и Казахстане (Томский и Карагандинский) были признаны «Томские новости» (ТН) и «Новый вестник Караганды» (НВК). Цель данного исследования – определить специфику информационных портретов региональных СМИ путем сравнительного контент-анализа, который позволил выявить основные параметры исследовательского информационного портрета городских СМИ Томска и Караганды. С одной стороны, между изданиями наблюдается определенное сходство. Оба имеют одинаковый информационный профиль – социальный, кроме того, сходство наблюдается и в формальных параметрах изданий: преобладающие жанр и форма публикации. Однако аспекты профиля существенно различаются. Можно говорить о том, что городская газета Караганды имеет социокриминогенный информационный портрет. Российский еженедельник «Томские новости» уделяет больше внимания новостям, связанным с социальной проблематикой, а также событиям культурной жизни города. Публикуемые материалы формируют социокультурный информационный портрет «Томских новостей».

**Ключевые слова:** информация, информационный портрет СМИ, региональная газета, «Томские новости», «Новый вестник Караганды», контент-анализ.

## **RESEARCH INFORMATION PORTRAIT OF URBAN MEDIA KARAGANDA AND TOMSK**

*E.V. Zhuravleva, N.A. Mishankina*

National Research Tomsk State University, Tomsk, Russia

City newspapers are members of numerous typological class of regional press, the main feature of which is the locality. Information openness and pluralism leads to the fact that in the information field contains a variety of media, expressing different positions and points of view. Each regional edition reflects the information needs of readers. Earlier studies have found that the information successful residents of the two regions in Russia and Kazakhstan (Tomsk and Karaganda) were recognized as «Tomskie Novosti» (TN) and «Novyi vestnik Karagandy» (NVK). The purpose of this study – identify the specifics of information portraits of regional media through comparative content analysis.

Conducted a content analysis allowed to reveal the main parameters of the Research Information portrait of urban media Tomsk and Karaganda. On the one hand, between this editions observed certain similarity. Both have the same informative profile – social, because most of the materials is devoted to the problems of society, to the socially significant incidents or the people, to the cultural news. In addition, the similarity observed in the formal parameters of editions: the prevailing genre and form of publication.

However, aspects of this profile are substantially different.

«New Journal of Karaganda city» positions itself as an independent weekly newspaper that writes the truth and is not afraid of sharp corners. However, mostly on the pages of weekly submitted the materials of social character and crime news. At the same time there are no materials about agriculture, nature, financial and commercial events, little has been published about the policy, a heading «Science and Technology» absent. NVK devotes significantly more of its space to news of social character and criminal incidents. You can talk about that a city newspaper of Karaganda has socio-criminogenic information portrait.

Russian weekly «Tomsk News» is a more even distribution of materials. The newspaper contains news column (notes), photo reports, cultural and sports news, interviews, however, the most frequency are materials about social security. «Tomskie novosti» on the pages of paying more attention to news related to social issues, as well as the events of the cultural life of the city. Published materials shape a socio cultural information portrait of «Tomsk news».

**Key words:** information, information portrait city mass media, regional mass media, «Tomskie Novosti», «Novyi vestnik Karagandy», content analysis.

Городские газеты являются представителями многочисленного типологического класса региональной прессы, основным признаком ко-

торой является локальность. СМИ являются зеркалом общественных позиций, так как дают возможность активной части общества говорить и защищать свою точку зрения. Если в Советском Союзе вся информация, представленная в СМИ, носила идеологический характер, то на сегодняшний день эта тенденция изменилась: «В гражданском обществе СМИ выступают как важнейший инструмент взаимодействия трех ветвей власти и регулирования их отношений с гражданами. В открытом обществе СМИ способствуют прозрачности деятельности всех структур власти, гласности политического процесса» [1. С. 24].

Информационная открытость и плюрализм приводят к тому, что в информационном поле присутствуют разнообразные СМИ, выражающие различные позиции и точки зрения. При этом не стоит забывать, что читатель выбирает ту газету, которая совпадает с его миропониманием, и мировоззрением и воспринимает представленную в ней информацию как правдивую, а информацию противоположную как ложную. Поэтому мы можем предположить, что каждое региональное издание имеет свою репутацию среди читателей и отражает их информационные запросы. Ранее нами было проведено исследование, целью которого было определить, как читатели разных стран видят СМИ своего города, сформировать читательский информационный портрет городского СМИ в России и Казахстане. Методом анкетирования были выявлены издания, признанные информационно успешными жителями двух регионов в России и Казахстане (Томский и Карагандинский) [2].

Цель данного исследования – выявить специфику информационных портретов региональных СМИ путем сравнительного контент-анализа газет Томска («Томские новости» – ТН) и Караганды («Новый вестник Караганды» – НВК).

Ранее томские СМИ были исследованы в аспекте проблемы религиозной толерантности при помощи метода контент-анализа. Авторами было выявлено, что «на основании анализа сообщений в СМИ можно в целом говорить о доминировании в Томском регионе толерантного отношения к различным религиям, о чем свидетельствуют не только мнения религиозных лидеров и жителей, но и официальных представителей власти» [3]. По результатам контент-анализа А.В. Бочаров изучил сибирскую региональную идентичность в контексте исторического сознания [4]. Методической основой нашего исследования стала работа А.В. Жаворонкова, в которой представлен контент-анализ газеты «Вечерний Ростов» [5].

Следует отметить, что у «Томских новостей» и «Нового вестника Караганды» есть между собой различия в освещении тем и названием рубрик. В основном эти издания являются общественно-политическими, поэтому в каждой из этих газет есть материалы на тему «Экономика», «Социальная жизнь» и т.п. Тематическую направленность публикаций можно посмотреть в табл. 1.

Т а б л и ц а 1

Тематика публикаций

Тематическая направленность материалов	«Новый вестник Караганды»		«Томские новости»	
	Кол-во, шт.	Доля, %	Кол-во, шт.	Доля, %
Деятельность администрации	23	4	25	4,2
Финансово-коммерческая деятельность			35	6
Промышленность, экономика, строительство	19	3,2	25	4,2
Сельское хозяйство			45	7,6
Официальные материалы	20	3,4	30	5,1
Культура, литература, искусство	38	6,5	40	7
Образование, просвещение	22	3,7	35	6
Социальное обеспечение	65	11	<b>50</b>	<b>8,5</b>
Здравоохранение	48	8,2	42	7,1
Досуг, отдых, туризм	13	2,2	30	5,1
Религия, церковь	10	1,7	18	3
История, краеведение, воспоминания о войне	49	8,3	35	6
Личная жизнь, семья, быт	18	3	30	5,1
Природа, экология			35	6
Спорт, физкультура	32	5,4	38	6,4
Деятельность редакции	52	9	20	3,4
Литературно-художественные материалы			20	3,4
Происшествия	<b>179</b>	<b>30,4</b>	30	5,1
Научная работа			5	0,8
<b>ИТОГО</b>	<b>588</b>	<b>100</b>	<b>588</b>	<b>100</b>

При проведении контент-анализа нами было выявлено, что НВК позиционирует себя как независимый еженедельник, который пишет только правду. В издании публикуется информация, связанная с политическими событиями страны, но не города. Так, в № 32 (736) за

13 августа 2014 года в рубрике «Городская жизнь» в разделе «Разбор полетов» был опубликован материал «Президент сократил правительство» [6]. Публикуются официальные новости, законодательные акты в социальном контексте. Однако в основном на страницах еженедельника представлены материалы социального характера и криминальные новости (**179; 30,4%**). Редакция издания привлекает своего читателя яркими заголовками и цветным дизайном, на страницах издания публикуется много материалов на тему «происшествия». При этом отсутствуют материалы о сельском хозяйстве, природе, финансово-коммерческих событиях, мало публикаций о политике, отсутствует рубрика «Наука и технологии».

Российский еженедельник ТН представляет более равномерное распределение материалов. Газета содержит новостные рубрики (заметки), фоторепортажи, культурные и спортивные новости, интервью, однако наиболее частотными являются материалы о социальном обеспечении (**50; 8,5%**).

Если взглянуть на материалы двух изданий с точки зрения аспекта темы (способа подачи материала), то можно увидеть следующее распределение (табл. 2).

Т а б л и ц а 2

Аспект темы

Аспект темы	«Новый вестник Караганды»		«Томские новости»	
	Кол-во, шт.	Доля, %	Кол-во, шт.	Доля, %
Нормативно-правовой	43	7,3	30	5
Информационный	<b>208</b>	<b>35,3</b>	<b>235</b>	<b>40</b>
Производственно-экономический			17	3
Финансово-экономический			30	5
Политико-управленческий			30	5
Духовно-идеологический			17	3
Научно-познавательный, культурологический	60	10,2	89	15
Национально-этнический			11	2
Нравственный, семейно-бытовой	40	6,8	117	20
Международный				
Криминально-уголовный	132	22,4	6	1
Развлекательно-юмористический	105	18	6	1
ИТОГО	588	100	588	100

Можно убедиться, что оба издания отдают предпочтение информационному аспекту, что отвечает главной цели любого СМИ: «Главная цель информационного материала, будь он газетным, радиийным или телевизионным, – сообщить о факте (в ежедневных изданиях и выпусках во главу угла ставится “свежий” факт – новость)» [7]. Их доля на страницах СМИ составляет **40** и **35,3%** от общего числа публикаций соответственно.

Однако следует отметить, что на втором месте по частотности в газете ТН представлены материалы в нравственном и семейно-бытовом аспектах (**20%**), а **15%** публикаций посвящены научно-познавательным и культурологическим аспектам.

НБК **22,4%** своих публикаций оформляет в криминально-уголовном аспекте, **18%** материалов написаны в развлекательно-юмористическом аспекте. В газете отсутствуют материалы в таких аспектах, как политико-управленческий, финансово-экономический, духовно-идеологический и производственно-экономический.

Следующий значимый для моделирования информационного портрета параметр – жанр и виды публикации исследуемых материалов – представлен в табл. 3.

Наиболее часто используемым жанром в городских СМИ Караганды и Томска является заметка (48,3 и 19,5%). Однако обратим внимание, что в НБК использует этот жанр в 2,5 раза чаще. Журналисты НБК пишут заметки в основном на основе пресс-релизов. Полагаем, что это связано, скорее всего, с тем, что для политики городского еженедельника важны изложение фактов, чисел, актуальных проблем. Следует отметить, что на страницах газеты можно встретить материалы в жанре репортажа, которые сопровождаются большим количеством фотографий (8,5%). Практически в каждом номере присутствует жанр «Письмо в редакцию» (8,2%). При этом жанр рецензии отсутствует – журналисты не пишут рецензии к спектаклям и фильмам.

В ТН наблюдается более равномерное распределение текстов по жанрам: интервью и статьи занимают примерно такое же место среди всех публикаций. Вторым жанром, который чаще всего встречается на страницах Томских новостей, является жанр статьи (18%). Следует отметить, что публикуемые статьи всегда сопровождаются фотографиями и комментариями.

При проведении контент-анализа мы также изучили форму публикации. Для нас это является одним из ключевых моментов при нали-

чий качественных иллюстраций, которые являются продолжением текста, или отдельным отображением того или иного вопроса. Формы публикации отображены в табл. 4.

Т а б л и ц а 3

**Жанры публикации**

Жанр, виды публикаций	«Новый вестник Караганды»		«Томские новости»	
	Кол-во, шт.	Доля, %	Кол-во, шт.	Доля, %
Заметка, хроникальные сообщения	<b>284</b>	<b>48,3</b>	<b>115</b>	<b>19,5</b>
Отчет	52	8,8	48	8,1
Репортаж	50	8,5	36	6,1
Интервью	32	5,4	104	17,6
Корреспонденция, статья, комментарий	40	6,8	105	18
Обозрение	19	3,2	30	5,1
Обращение	27	4,7	28	4,8
Очерк, зарисовка			25	4,3
Письмо в редакцию	48	8,2	35	6
Рецензия			32	5,4
Фельетон, памфлет				
Круглый стол, дискуссия, прямая линия	36	6,1	30	5,1
<b>ИТОГО</b>	<b>588</b>	<b>100</b>	<b>588</b>	<b>100</b>

Т а б л и ц а 4

**Формы публикации**

Форма публикации	«Новый вестник Караганды»		«Томские новости»	
	Кол-во, шт.	Доля, %	Кол-во, шт.	Доля, %
Текст	86	14,6	50	8,5
Фото с подписью	102	17,4	52	8,8
Текст с фото или рисунком	<b>400</b>	<b>68</b>	<b>486</b>	<b>82,7</b>
<b>ИТОГО</b>	<b>588</b>	<b>100</b>	<b>588</b>	<b>100</b>

Как можно убедиться, и в НВК, и в ТН преобладают публикации, сопровождаемые фотографией или рисунком (**68 и 82,7%**). Э. Стейхен, известный фотограф, отмечает особую роль иллюстрации в газетном материале, он говорит о том, что одна фотография может за-

менить десять тысяч слов при условии, если будет сопровождаться десятью словами [8].

В нашем исследовании важно также определить, какие новости публикуются в городских СМИ. Локальность материалов отображает направленность публикаций на местные, центральные или международные темы. Локальность материалов отображена в табл. 5.

Т а б л и ц а 5

**Локальность публикаций**

Локальность материалов	«Новый вестник Караганды»		«Томские новости»	
	Кол-во, шт.	Доля, %	Кол-во, шт.	Доля, %
Дальнее зарубежье	50	8,5		
СНГ, ближнее зарубежье	60	10,2		
Казахстан / Россия	150	25,5	59	10
Карагандинская область / Томская область	<b>168</b>	<b>28,6</b>	117	20
Караганда / Томск	150	25,5	<b>295</b>	<b>50</b>
Села и поселки Карагандинской области/села и поселки Томской области	10	1,7	117	20
<b>ИТОГО:</b>	588	100	588	100

Итак, в этом аспекте два издания существенно различаются. Как видно из табл. 5, НВК чаще публикует события областного характера (**28,6%**), количество материалов, связанных с городом, – **25,5%**. Однако примерно такой же процент публикаций посвящен новостям страны. Следует все же отметить, что новости, публикуемые в «Новом вестнике Караганды» о дальнем и ближнем зарубежье, а также об СНГ, взяты с других сайтов, т.е. 18,7% новостей являются чужим контентом, который размещается на страницах издания, что является «неприглядной стороной» газеты.

ТН сосредоточены на освещении событий и проблем города (**50%**), обращая вдвое меньше внимания на события, происходящие в области. Новости из ближнего и дальнего зарубежья, как правило, не получают освещения на страницах издания.

Проведенный контент-анализ позволил выявить основные параметры исследовательского информационного портрета городских СМИ Томска и Караганды. Следует отметить, что газеты сегодня ори-

ентированы на своего читателя, поэтому современные СМИ являются «глазами» и компасом для своей аудитории в информационном поле.

С одной стороны, между изданиями наблюдается определенное сходство. Оба имеют одинаковые информационный профиль – социальный, так как большая часть материалов посвящена проблемам общества, социально значимым происшествиям или людям, культурным новостям.

С другой стороны, аспекты этого профиля существенно различаются.

В частности, «Томские новости» на своих страницах уделяют больше внимания новостям, связанным с социальной проблематикой, а также событиям из культурной жизни города. Публикуемые материалы формируют социокультурный информационный портрет «Томских новостей». «Новый вестник Караганды» уделяет значительно больше своего пространства новостям социального характера и криминальным происшествиям. Можно говорить о том, что городская газета Караганды имеет социокриминогенный информационный портрет.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Засурский Я.Н. Информационное общество, интернет и новые средства массовой информации // Информационное общество. 2001. Вып. 2. С. 24–27.
2. Журавлева Е.В., Мишанкина Н.А. Информационный портрет городских СМИ // Молодежный научный форум: гуманитарные науки. 2016. № 4 (32). С. 98–105.
3. Булатова Т.А., Галашова Н.Б., Камарова Н.А. Проблема религиозной толерантности в томских СМИ // Вестник ТГПУ (TSPU Bulletin). 2012. № 12 (127). С. 213.
4. Бочаров А.В. Сибирская региональная идентичность в контексте исторического сознания (по результатам контент-анализа томских СМИ) // Вестник РУДН. Сер. Социология. 2011. № 4. С. 93–100.
5. Жаворонков А.В. Контент-анализ газеты «Вечерний Ростов» // Портал Библиотека Lib-5.ru. [Электронный ресурс]. URL: <http://studentbank.ru/view.php?id=30247> (дата обращения: 30.04.2016).
6. Власов О.И. Региональная пресса как средство формирования политической и экономической культуры : автореф. дис. ... канд. философских наук. Екатеринбург, 1999. 23 с.
7. Кадыкова И. Жанры журналистики // Теория и практика [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mediasprut.ru/jour/theorie/genre/genjour.shtml> (дата обращения: 30.04.16).
8. Steichen E. A life in photography. Garden City : Doubleday, 1963.