

ЭХО МИРОВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА В СМИ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ

О. Н. АКСЕНОВА, Е. В. ВАРДАКОВА

АКСЕНОВА Ольга Николаевна - кандидат исторических наук, старший преподаватель кафедры связи с общественностью Воронежского государственного архитектурно-строительного Университета (E-mail: aksenova.on@mail.ru). ВАРДАКОВА Елена Валерьевна - студентка 5 курса социально-гуманитарного факультета того же университета (E-mail: vardakova.lena@yandex.ru).

Аннотация. Анализ СМИ Воронежской области и информации, размещаемой на официальных сайтах органов государственной власти региона, дает возможность увидеть специфику освещения мирового экономического кризиса (МЭК) в регионах России. Через контент-анализ публикаций выявлены информационно-коммуникативные особенности тем и их подачи по этой проблеме.

Ключевые слова: СМИ * экономический кризис * антикризисная политика в регионах

Общество получает информацию о кризисе "посредством образов, предлагаемых СМИ, и эти образы определяют представления и действия в отношении решения проблемы" [1]. СМИ обладают инфраструктурой, позволяющей сообщить о МЭК огромному числу людей. Однако, как показали данные глобального онлайн-исследо-

вания Nielsen, в России 65% респондентов считают, что СМИ недостаточно информировали население о причинах, которые привели к кризису [2]. Тот факт, что приход кризиса стал для многих неожиданностью, во многом объясняется тем, что поначалу в проправительственных источниках утверждалось о том, что наступление кризиса отмечается только на Западе и не затрагивает нашу страну. Однако уже ко второй половине 2008 г. он стал отражаться и на состоянии российской экономики снижением котировок акций ведущих российских компаний. О вхождении нашей страны в мировой кризис было сообщено в послании Президента РФ к Федеральному Собранию от 5.11.2008 г.

В Воронежской области предпринимаются действия, ориентированные на улучшение ситуации с освещением в СМИ процессов, связанных с нынешним мировым экономическим кризисом и рассмотрением его специфики. В этом вопросе особая роль отводится профессионализму и компетентности журналистов. Для улучшения информирования населения необходим анализ сложившейся ситуации.

Контент-анализ региональной печатной прессы и официальных интернет-сайтов органов государственной власти Воронежской области был проведен с целью выявления количественных и качественных характеристик освещения данной темы, включая частоту, спектр вопросов и объективность (период с марта 2009 г. по март 2010 г.). Пик кризиса пришелся на начало 2009 г., а выходить из него страна начала к осени того же года. К изучению были приняты три печатных издания (общественно-политическая и экономическая газета "Коммуна", тираж 17 000 экз., периодичность выхода - 4 раза в неделю; Общественно-политическая газета "Молодой коммунар", тираж 10 270 экз., периодичность выхода - 3 раза в неделю; Информационный бюллетень "Областная Дума", тираж - 160 000 экз.) и два официальных сайта (Официальные порталы администрации Воронежской области и областной думы).

Всего за рассматриваемый период в анализируемых изданиях и на официальных сайтах опубликовано 208 статей об экономическом кризисе. В целом по массиву один материал данной тематики размещался в среднем в каждом третьем номере газеты и в каждой восьмой статье интернет-сайта. Это соотношение неодинаково для различных категорий СМИ (табл. 1).

Для официальных интернет-порталов характерна публикация материалов (чаще всего "отчетного" характера), подготовленных пресс-службами губернатора Воронежской области, Правительства и областной думы, а также сотрудниками Департамента финансово-бюджетной политики. В 45% публикаций указаны имена авторов. Наибольшее количество статей, касающихся данной тематики, опубликовано в апреле 2009 г. (внимание привлечено к принятию политических и экономических решений новым губернатором Воронежской области А. В. Гордеевым) и в январе 2010 г. (подведение итогов за год и разработка стратегии на следующий). Основными информационными поводами служили (1) разработка Программы антикризисных мер; (2) заседания Правительства области; (3) рабочие совещания; (4) обсуждения приоритетов долгосрочного развития и направлений работы государственных органов региональной власти.

Самыми распространенными в материалах СМИ и официальных сайтов органов государственной власти по проблемам МЭК стали темы:

Стратегия (перспективы) социально-экономического развития региона. По этой теме были опубликованы 25,9% от всех материалов по МЭК. Публикации содержали: постановку срочных задач; анализ факторов, сдерживающих экономическое развитие (слабый менеджмент, безответственность собственников, устаревшие технологии); разработку мер по поддержке предприятий; характеристику социально-экономической ситуации в регионе и т.д.

Программа антикризисных мер. 17,8% статей освещали обсуждение, разработку, принятие и реализацию Программы антикризисных мер: Образование Антикризисного координационного совета Правительства Воронежской области; Разработка комплекса мер по минимизации последствий экономического кризиса; Антикризисные предложения молодежного актива. Отметим, что в короткие сроки была разработана

Таблица 1

Количество публикаций о мировом экономическом кризисе (март 2009 - март 2010 гг.)

Издание	Кол-во публикаций (статей)	Кол-во проанализированных номеров	Отношение числа материалов о кризисе к числу номеров газет (в %)
"Коммуна"	53	144 номера	36,8
"Молодой Коммунар"	49	144 номера	34,0
"Областная Дума"	18	34 номера	52,9
Портал	57	360 статей	15,8
Администрации Воронежской области			
Сайт Воронежской областной Думы	31	285 статей	10,8
Итого	208	967	21,5

и принята принципиально новая структура органов государственной власти, что позволило повысить качество управления при произведенном сокращении численности служащих на 10,1%.

Параметры корректировки бюджета (в т.ч. финансовая поддержка). К этой категории относятся материалы, в которых основная тема - информация о финансовой поддержке по преодолению экономического кризиса (15,8%).

Нормативно-правовая база. За период исследования (12%) публикаций освещали вопросы корректировки нормативно-правовой базы для достижения максимальных результатов по преодолению экономического кризиса. Разработано 217 проектов, в том числе 10 законов Воронежской области.

Информирование о проблемах. В эту категорию включены материалы, в которых одновременно присутствовало несколько тем: основные проблемы, повлекшие за собой экономический кризис, мероприятия (конференции, семинары, встречи на высшем уровне), статистические данные и общая картина развития региона в условиях МЭК. Их содержание и стиль подачи информации напоминают своего рода "справку" или "памятку" о сложившихся условиях 18,2%.

Информирование о симптомах экономического кризиса и борьбе с ними. Всего 5,3% статей были посвящены этим вопросам, в том числе: *Снижению доходной* (наполнение консолидированного бюджета на уровне 47,9 млрд. рублей, областного бюджета - на уровне 35 млрд. рублей) и *расходной частей бюджета*; *Повышению эффективности бюджетных расходов*: оптимизации бюджетной сети и Областных целевых программ, контролю численности работников, сокращению расходов на государственное управление (- 221 млн. руб.), повышению эффективности госзакупок, а также мерам в сфере занятости, переобучению.

Отмечено, что *уровень безработицы* в регионе повысился в 2008 - 2009 гг. на 2,5%. *Рост задолженностей по заработной плате* в апреле 2009 года составил 180 млн. руб. Однако уже в январе 2010 года удалось снизить долги по заработной плате до 53 млн. рублей.

Кризисные настроения населения. Судя по результатам социологического исследования, "главные скептики страны проживают в Воронеже и в Саратове. Жителям Воронежа всегда все не нравится, - рассказал один из участников исследования В. Токарев. - И это при том, что вроде бы всё не так уж и плохо. По данным Центробанка, в 2009 году банковские вклады населения в среднем по Воронежу возросли на 18%" [3].

Авторы публикаций. За период исследования 23 журналиста региональных СМИ хотя бы однажды публиковали статью, затрагивающую мировой экономический кризис. В 45% публикаций не указаны конкретные авторы.

Таблица 2

Критерии и количество случаев некорректного освещения экономического кризиса в СМИ за 2009 - 2010 гг.

Критерии некорректности освещения	Явные	Скрытые
Конструирование пессимистического образа города: "Воронеж - город пессимистов", "пессимизм не пройдет"	3	1
Формирование панических настроений: "выживание после кризиса", "чиновники здесь плохие", "кризис стал испытанием"	2	2
Конструирование представлений о том, что население находится "на тропе антикризисной войны", является "заложниками экономического кризиса"	1	3
Сенсационный характер подачи данных: "кризис очищает", "кризисное мышление", "поддержка самых слабых", "кризис как диагноз", "Путин сходил в разведку"	3	2
Всего	9	8

Общественные деятели и политические организации. В публикациях упоминались 28 политических деятеля и 4 политические партии, участвующие в мероприятиях по преодолению последствий МЭК. В основном отмечается вклад губернатора Воронежской области А. В. Гордеева в содействие развитию региона - о его деятельности в этом плане сообщалось в 21,9% публикаций. Отмечался также и вклад в антикризисную деятельность, внесенный председателем областной Думы и руководителем депутатской фракции "Единая Россия" В. И. Ключниковым. Эти данные подтверждают показатели исследования рейтинга узнаваемости политических деятелей, проведенного Институтом политического анализа и стратегий [5]. Среди политических партий чаще остальных отмечается роль "Единой России" (в 10,28% публикаций). Примечательно, что в 13 публикациях по проблемам преодоления влияния МЭК фигурируют имена Президента РФ Д. А. Медведева и премьер-министра В. В. Путина.

Корректность освещения. При строгом подходе, каждая двенадцатая статья с освещением МЭК не выдерживала экзамен на "корректность" (по 4 выделенным категориям) (табл. 2). Зачастую авторы, чтобы привлечь внимание к публикации, использовали в заголовках слова и словосочетания, отражающие "сенсационность", "драматичность", способствуя нагнетанию страха.

Некоторые выводы. Один из основополагающих пунктов Программы антикризисных мер в Воронежской области на 2010 - 2011 гг. - обеспечение многоаспектного подхода к решению проблемы, усиление партнерства государственного и гражданского секторов, где важная роль отводится СМИ. Как отмечает губернатор области А. В. Гордеев, "информационные мероприятия, проводимые СМИ, должны быть усовершенствованы и отличаться эффективностью подаваемой информации" [6]. Антикризисной программой поставлена задача создания устойчивых механизмов

предоставления информации через каналы СМИ. Проведенный контент-анализ может быть использован для оценки таких механизмов, поскольку он был сфокусирован на интенсивности освещения рассматриваемой проблемы и содержательных характеристиках публикуемых статей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Арбатова М.* Сегодня ТВ управляет страной // Пресс-служба. 2006. N 9. С. 20 - 21.
2. <http://www.rb.ru/inform/111887/html>.
3. Воронеж - город пессимистов? // Коммуна. 2009. 2 июня.
4. Пессимизм не пройдет! // Молодой Коммунар. 2010. 30 января.
5. Без прессы власть безмолвна // Областная Дума. 2010. 13 января.
6. *Алексеев В., Михайлов Г.* Главная тема. Безотлагательные решения // Областная Дума. 2009. 25 декабря.