

РАЗДЕЛ 2. ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

УДК 811.161.1'42:811.161.1'38
ББК ШП41.12-51+ШП41.12-55

ГСНТИ 11.25.91; 16.21.33

Код ВАК 10.02.19; 23.00.04

А. А. Вилков, Д. В. Попонов, М. С. Козлова, А. А. Казаков, А. С. Бурданова
Саратов, Россия

РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНАЛЬНЫХ МЕДИА В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОЙ ДИПЛОМАТИИ (НА ПРИМЕРЕ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

АННОТАЦИЯ. В данной статье представлены результаты анализа материалов ведущих средств массовой информации Саратовской области, посвященных вопросам межнациональных и межконфессиональных отношений, а также взаимодействию региона и его приграничных районов с Республикой Казахстан. Указанные тематические направления анализируются в контексте проблематики общественной дипломатии — показывается роль массмедиа в конструировании благоприятного имиджа России среди населения стран ближнего зарубежья. Методологическую основу исследования составили контент-анализ и элементы функциональной теории анализа медиатекстов В. Бенюита. Сделан вывод о том, что в настоящий момент в Саратовской области внешнеполитическое направление деятельности средств массовой коммуникации развито в недостаточной степени, что делает необходимым организацию и проведение специализированных мероприятий, направленных на оживление экспертной и профессиональной дискуссии в этом отношении, а также расширение соответствующей информационной повестки и дискурса. Ресурсный потенциал медиaproстранства региона позволяет рассматривать действующих в его границах субъектов в качестве инструментов для обеспечения интересов и укрепления позиций региона и государства в целом на внешней арене. Для целенаправленного движения в данном направлении представляется необходимым создать на региональном и местном уровнях условия для повышения квалификации и переподготовки журналистского сообщества, необходимую инфраструктуру данной деятельности, включая систему грантовой поддержки и мотивации изданий.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: общественная дипломатия; средства массовой информации; СМИ; региональные СМИ; язык СМИ; медиалингвистика; медиадискурс; медиатексты; политический дискурс; ресурсный потенциал.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ: Вилков Александр Алексеевич, доктор политических наук, профессор, зав. кафедрой политических наук, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского; 410028, Россия, г. Саратов, ул. Вольская, д. 10А; e-mail: vil57@yandex.ru.

Попонов Денис Вячеславович, кандидат политических наук, доцент кафедры политических наук, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского; 410028, Россия, г. Саратов, ул. Вольская, д. 10А; e-mail: poponovdv@mail.ru.

Козлова Маргарита Сергеевна, кандидат социологических наук, руководитель социологического направления, АНО «Центр региональных политических исследований»; 410031, Россия, Саратов, Московская, 55; e-mail: kmargos@yandex.ru.

Казаков Александр Александрович, кандидат политических наук, доцент кафедры политических наук, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского; 410028, Россия, г. Саратов, ул. Вольская, д. 10А; e-mail: aldr.kazakov@gmail.com.

Бурданова Анна Сергеевна, кандидат юридических наук, доцент кафедры конституционного и муниципального права, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского; 410028, Россия, г. Саратов, ул. Вольская, д. 10А; e-mail: gons.anna@yandex.ru.

В современном обществе трудно переоценить значимость средств массовой информации. Выступая организатором информационных потоков и обладая возможностью передачи информации на большие расстояния, медиасообщество оказывает огромное, а подчас решающее влияние на процесс формирования общественного мнения, причем не только в масштабах одного государства, но и за его пределами, превращаясь тем самым в эффективный ресурс «мягкой силы» [Вилков и др. 2011: 16].

Основной международной информационной стратегии современного государства являются специализированные медиапроекты, непрерывно производящие потоки массовой информации для внешней аудитории и формирующие положительный образ действующих национальных институтов и образа жизни, и при необходимости информационно подрывая авторитет и влия-

ние других стран — геополитических соперников.

Россия в данном отношении не является исключением: наращиванием ее присутствия в мировом информационном пространстве сегодня занимается целый ряд медиапроектов — это и телеканалы «РТ», «Россия РТР», и МИА «Россия сегодня», и мультимедийная группа «Sputnik», и проект «Российская газета», и интернет-ресурсы МИД и других правительственных ведомств. Однако условия для использования других («внутренних») медиаактивов для реализации задач в этой сфере практически не созданы, что, на наш взгляд, не совсем оправданно, особенно в приграничных зонах страны.

В этой связи изучение ресурсного потенциала региональных медиа в сфере общественной дипломатии представляется актуальной научно-практической задачей, решение которой позволит уже в краткосрочной и

Статья подготовлена в рамках реализации гранта Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества, предоставленного Фондом президентских грантов.

© Вилков А. А., Попонов Д. В., Козлова М. С., Казаков А. А., Бурданова А. С., 2018

среднесрочной перспективе спланировать комплекс мероприятий, которые дадут возможность дополнить функционал региональных СМИ новой субъектностью, расширяя тем самым и зарубежную аудиторию конкретных изданий, и возможности для позиционирования региона и страны на внешней информационной площадке.

Особую актуальность данной проблематике придает тот факт, что в отечественной науке сегодня не так много работ, в которых исследовалась бы роль массмедиа в осуществлении публичной дипломатии [Го 2014: 69—100; Колеватова 2016: 51—56; Марчуков 2014: 104—113; Сардановская 2017: 172—181]. Чаще всего анализируются либо различные аспекты общественной (публичной дипломатии) в целом [Боришполец 2017: 224—237; Вилков 2018: 184—188], либо конкретные функциональные измерения публичной дипломатии [Лебедева 2015: 45—56], либо же особенности освещения связанных с этим процессов средствами массовой информации конкретных стран [Пархитко, Таран 2018: 82—86].

Анализ ресурсов общественной дипломатии в медиасфере Саратовской области проводился посредством двух циклов изучения контента региональных средств массовой информации. Однако, прежде чем представить результаты проведенных исследований, дадим краткую характеристику информационного рынка в этом субъекте Российской Федерации.

Так, согласно исследованиям фонда «Медиастандарт» и исследовательской группы ЦИРКОН, состояние медиасферы Саратовской области оставляет противоречивое впечатление. С одной стороны, в регионе сложилась сеть медиасубъектов, производящих в целом качественный медиaproduct, востребованный аудиторией; с другой — внешняя по отношению к медиасфере среда (прежде всего экономическая и политическая) выступает сдерживающим фактором для регионального информационного пространства, не создавая условий для развития его инфраструктуры, системы регулирования, поддержки и финансирования

[Проект MS-INDEX 2017].

Данная особенность весьма четко коррелирует с результатами проведенных в октябре-ноябре 2016 г. замеров состояния информационного пространства региона, по итогам которых, в частности, эксперты (главные редакторы региональных средств массовой информации, авторитетные политологи и социологи, руководители пресс-служб органов власти, а также чиновники, отвечающие за информационную политику в регионе) сделали выводы о неразрывной связи региональных изданий с политическими и экономическими группами влияния, их доминировании в вопросах формирования информационной повестки, отсутствии устойчивых практик и эффективных площадок взаимоотношений с властью, бизнесом и обществом, деформации информационных потоков, снижении уровня поддержки региональных массмедиа со стороны интеллектуальных слоев населения, конъюнктурности редакционной политики изданий [Данилов, Попонов 2016: 443—447].

На основании оценок тех же экспертов была предпринята попытка составления рейтинга региональных средств массовой информации. Объектом анализа стали 20 изданий региона, в том числе 10 интернет-изданий, 6 печатных изданий и 4 телевизионных и радиокomпании, которые по 5-балльной шкале (1 — минимальный, 5 — максимальный показатель) оценивались с точки зрения профессионализма, оперативности подачи материала, уровня аналитики, аффилированности с различными политическими и бизнес-группами и качества размещаемого контента.

В контексте данного обзора интерес представляют не столько оценки, выставленные экспертами каждому изданию из числа участвовавших в исследовании, сколько средние показатели по группам изданий (интернет-издания, печатные издания, электронные издания), позволяющие выявить лидерство по сегментам СМИ, а также сбалансированность самого сегмента, наличие в нем явный «лидеров» и «аутсайдеров».

Таблица

Экспертные оценки региональных СМИ по группам

Тип изданий	Профессионализм			Оперативность			Аналитика			Аффилированность			Контент		
	μ	min	max	μ	min	max	μ	min	max	μ	min	max	μ	min	max
Интернет-издания	3,49	2,4	4,3	3,56	2,8	4,6	2,76	1,8	4,2	4,33	1,8	5,0	3,27	2,6	4,1
Печатные издания	3,71	3,0	4,5	3,58	3,0	4,2	3,00	2,1	3,8	4,01	2,5	5,0	3,53	3,0	4,2
Электронные издания	3,60	2,5	4,4	3,60	2,8	4,0	2,65	2,3	2,9	3,95	3,0	4,8	3,60	3,0	4,0

Как видим, печатные издания выигрывают у своих конкурентов по уровню профессионализма и качеству аналитики. Прежде всего такая ситуация возможна в силу относительной сбалансированности показателей. Различия между минимальными и максимальными оценками для печатных изданий не являются столь значительными, как в группах интернет-изданий и электронных изданий.

Наиболее явными проблемными аспектами регионального информационного пространства представляются высокие показатели аффилированности изданий и относительно низкий уровень аналитики, которую производят СМИ. Следствием этого становится деформация информационной функции региональных изданий и снижающийся уровень поддержки медиасообщества различными, прежде всего интеллектуальными слоями населения.

В сложившихся условиях информационный контент региональных изданий крайне дифференцирован и фрагментирован. Базовым фактором его структурирования выступают политико-экономические интересы владельцев и спонсоров издания, в связи с чем отражение в СМИ находят лишь отдельные сюжеты и моменты, что исключает возможность аудитории воспроизводить общую картину действительности, позволяя изданиям замалчивать или только в определенном ракурсе освещать значимые для общества проблемы. Серьезной проблемой для современных изданий представляется дефицит обратной связи, что легко объясняется и форматом самих изданий, и ограниченными возможностями гражданского общества, которое не в полной мере ориентировано на артикуляцию в средствах массовой информации собственных проблем и интересов. Выстраивание этих коммуникаций началось, но до настоящего времени качество таких практик остается крайне низким, реализуются они главным образом в блогосфере и площадке социальных сетей.

Сдерживающим развитием СМИ фактором также называются личностные барьеры людей во власти, которые, не понимая важности информационных ресурсов и их роли в системе общественных коммуникаций, не ориентированы на выстраивание рабочих конструктивных взаимодействий с «четвертой властью», считая журналистов «назойливой помехой в работе». Наряду с этим негативно на развитии региональной медиainдустрии сказываются снижение уровня профессионализма журналистов, отсутствие отлаженной системы господдержки изданий, законодательные пробелы.

С учетом общих трендов развития информационного пространства региона в рамках настоящего исследования среди прочего проводился анализ освещения международных и межконфессиональных отношений, а также отношений со странами ближнего зарубежья в информационных агентствах Саратовской области.

Эмпирическую базу данного анализа составили материалы трех ведущих информационных агентств Саратовской области («Взгляд-инфо», «Регион 64», «Версия Саратов»), опубликованные в период с 1 января по 31 мая текущего, 2018 года. Выбор указанных источников был неслучаен. По данным федеральной информационно-аналитической системы «Медиалогия», «Liveinternet», «Яндекс.Метрика», ИА «Взгляд-инфо» в течение нескольких лет является бессменным лидером среди средств массовой информации региона, а «Регион 64» и «Версия Саратов» в среднем входят в пятерку ведущих региональных интернет-изданий. Кроме того, все три ресурса отличаются собственной редакционной политикой: с определенной долей условности можно сказать, что ИА «Регион 64» отражает позицию региональной власти (учредитель — Министерство информации и печати Саратовской области), ИА «Взгляд-инфо» и ИА «Версия Саратов» можно отнести к нейтральным массмедиа.

Отбор интересующих нас материалов осуществлялся через поисковые формы сайтов этих агентств с использованием ключевых слов (в частности, таких, как «международный», «межконфессиональный», «ближнее зарубежье», «Казахстан» и др.) и их производных. Затем результаты поиска сортировались по хронологии, после чего анализировалось содержание только тех из них, что были опубликованы с января по май (включительно) 2018 г. Всего таким образом было найдено и исследовано 190 информационных сообщений. При этом для анализа нами были использованы основы функциональной теории исследования медиатекстов, предложенной В. Бенойтом [Казаков и др. 2014: 80—86; Kazakov, Benoit 2015: 117—138].

Начнем с результатов анализа частоты упоминания представителей отдельных национальностей в материалах информационных агентств. Как видно из данных, приведенных на диаграмме (см. рис. 1), практически в половине из всех посвященных международным отношениям публикаций какие-либо конкретные национальности вообще не упоминались — то есть шла речь о событиях, мероприятиях, встречах и т. д. без привязки к отдельным национальным меньшин-

ствам. (Необходимо отметить, что при проведении анализа в подавляющем большинстве случаев конфессии если и упоминались, то в контексте межнациональных отношений, поэтому здесь и в дальнейшем они будут рассматриваться параллельно.)

Весьма неожиданным оказалось то, что в тех случаях, когда национальности все же упоминались, чаще всего (в 31 % всех сообщений на тему межнациональных отношений) говорилось о евреях, а точнее о мероприятиях, организованных и проведенных еврейским общинным центром «Бейт Шимшон». По одному разу упоминались также казахи, цыгане, чеченцы, адыги, поляки и курды.

Гистограмма (рис. 2) дает нам основания предпологать, что, скорее всего, у ИА «Взгляд-инфо» и ИА «Версия Саратов» имелись какие-либо договоренности на освещение деятельности «Бейт Шимшона» в рамках выигранного им гранта Президента Российской Федерации. Иных причин столь большой разницы в объемах внимания, уделяемого ими этой национальности и всем другим, мы не видим. Косвенно в пользу этой версии говорит и тот факт, что «Регион 64», напротив, не посвятил этой теме ни одного материала.

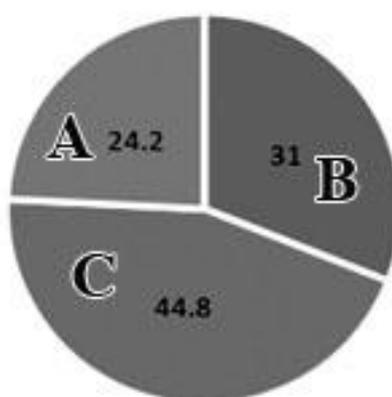


Рис. 1. Степень представленности национальностей в материалах информационных агентств (процент от общего количества публикаций по проблемам межнациональных отношений)
 А — без конкретики, в целом остальные (казахи, цыгане, чеченцы, адыги, поляки, курды); В — евреи; С — без конкретики, в целом остальные (казахи, цыгане, чеченцы, адыги, поляки, курды)

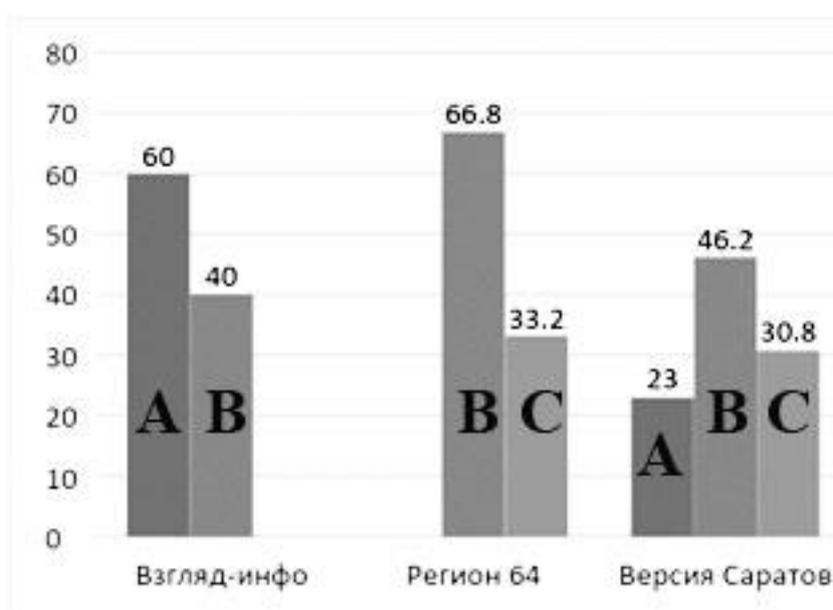


Рис. 2. Степень представленности национальностей в материалах информационных агентств (процент от общего количества публикаций по проблемам межнациональных отношений)
 А — евреи; В, С — без конкретики, в целом остальные (казахи, цыгане, чеченцы, адыги, поляки, курды)

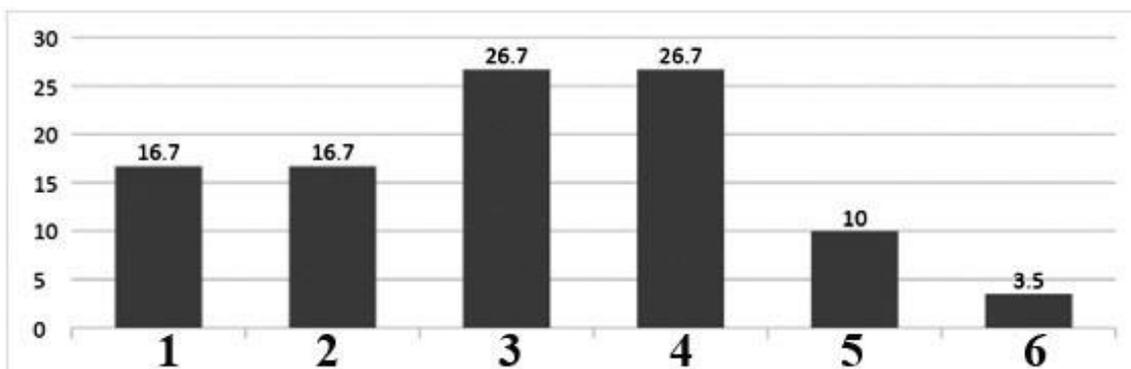


Рис. 3. Степень представленности тематических блоков в материалах информационных агентств (процент от общего количества публикаций по проблемам межнациональных отношений)

Столбцы: 1 — семья; 2 — искусство, культура, история; 3 — политика; 4 — криминал, экстремизм, конфликты; 5 — межнациональное согласие; 6 — спорт

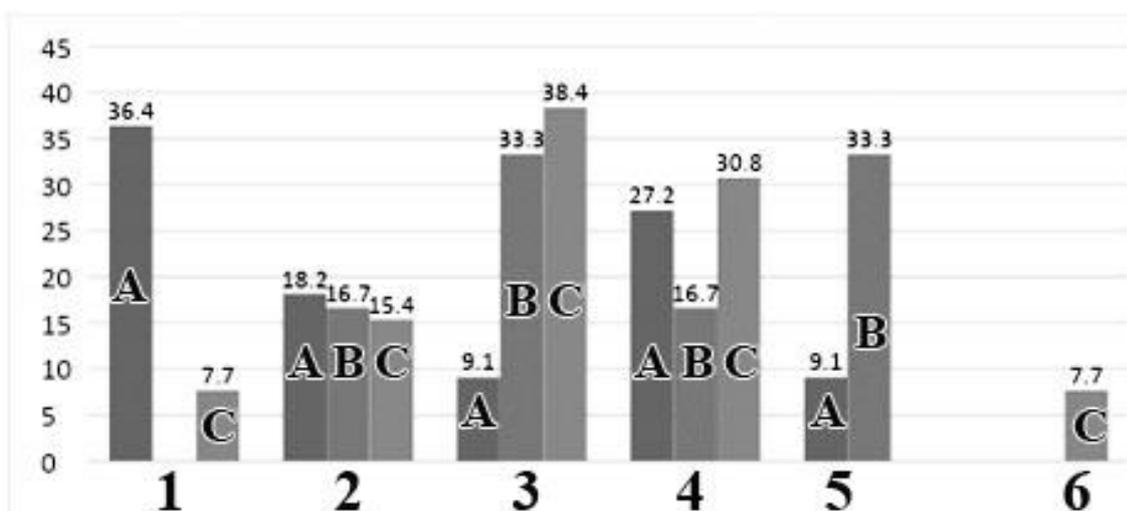


Рис. 4. Степень представленности тематических блоков в материалах информационных агентств (процент от общего количества публикаций по проблемам межнациональных отношений)

Столбцы: 1 — семья; 2 — искусство, культура, история; 3 — политика; 4 — криминал, экстремизм, конфликты; 5 — межнациональное согласие; 6 — спорт. А — «Взгляд-инфо»; В — «Регион 64»; С — «Версия Саратов»

Отдельно мы проанализировали то, в каких контекстах затрагивались межнациональные и межконфессиональные отношения. Как видим, чаще всего это сфера политики (посвященные этому заседания органов власти, встречи или заявления официальных лиц и т. д.) или же сообщения о правонарушениях или конфликтах на межнациональной или конфессиональной почве. Кроме этого, периодически данная проблематика затрагивалась в контексте семейных ценностей, сферы искусства, культуры, истории или спорта. В отдельный блок мы вынесли также публикации, основной темой которых было межнациональное согласие в Саратовской области.

Показательно, что среди трех информационных агентств вопросы межнационально-

го и межконфессионального согласия имели наибольший удельный вес в материалах ИА «Регион 64». Считаем это вполне логичным и закономерным: проправительственный ресурс должен делать акцент именно на этом, а не на менее «приятных» для действующей власти темах. Зато более оппозиционное издание — «Версия Саратов» — напротив, гораздо чаще писало про «политику» и «криминал», а вопросы межнационального согласия практически не затрагивало.

Аналогичная тенденция прослеживается и в тональности рассмотренных публикаций по отношению к действиям областной власти. Естественно, определение того, насколько позитивен или негативен тон конкретной заметки, всегда достаточно субъек-

тивно: один человек может посчитать материал в целом позитивным, другой — нейтральным, а третий — и вовсе негативным. Однако в целом, даже с учетом возможных погрешностей, общая картина представляется нам весьма показательной (рис. 5).

Видимо, опасаясь давать какие-либо категоричные оценки по этой очень чувствительной теме, журналисты предпочитают высказываться о действиях властей или вообще о происходящем в этой сфере позитивно или нейтрально. Лишь «Версия Саратов» иногда позволяет себе высказывать отдельные критические замечания. Процент же «положительных» заметок закономерно оказался самым высоким у ИА «Регион 64».

Наконец, о том, как информационные агентства освещают отношения Саратовской области со странами ближнего зарубежья. Сразу же отметим, что в 99 % случаев речь в данном контексте идет о Республике Казахстан. Число упоминаний других постсоветских республик настолько мало, что мы решили не анализировать их отдельно.

Начнем с того, что на первый взгляд может показаться достаточно странным: чаще всего к этой теме обращается не проправительственный «Регион 64» (ведь, казалось бы, кто, как не областная власть, должна быть заинтересована в выстраивании и соответственно медийном освещении взаимовыгодных отношений с соседней республикой), а «независимая» «Версия Саратов».

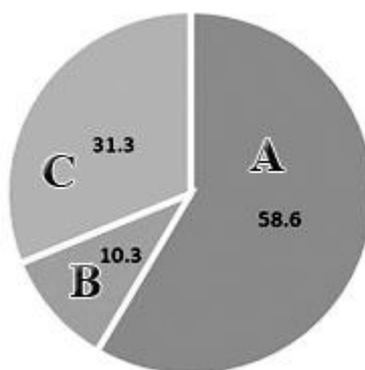


Рис. 5. Тональность публикаций информационных агентств (процент от общего количества публикаций по проблемам межнациональных отношений)
А — позитивный; В — негативный; С — нейтральный

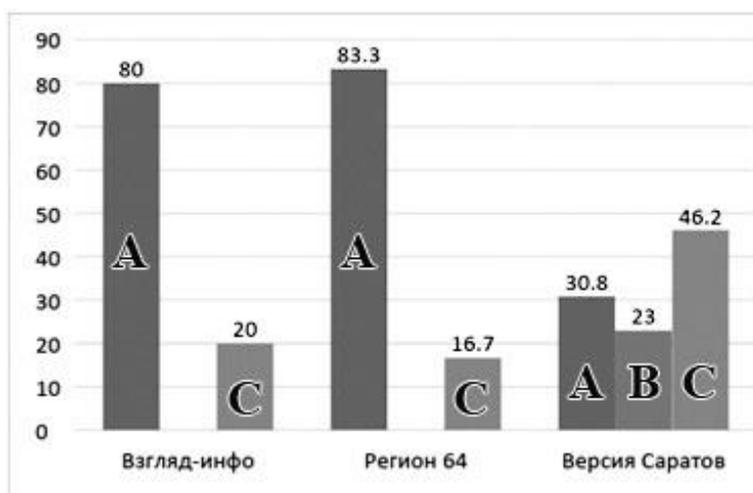


Рис. 6. Тональность публикаций информационных агентств (процент от общего количества публикаций по проблемам межнациональных отношений)
А — позитивный; В — негативный; С — нейтральный

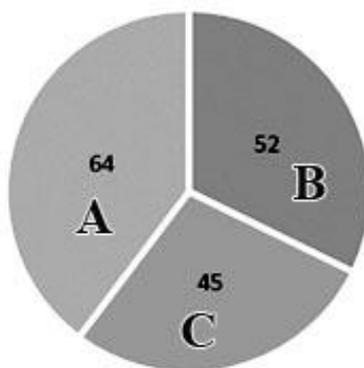


Рис. 7. Общее количество публикаций с упоминанием Казахстана в материалах информационных агентств (шт.)
 А — «Версия Саратов»; В — «Взгляд-инфо»; С — «Регион 64»



Рис. 8. Тематическая направленность публикаций информационных агентств в отношении Казахстана (процент от общего количества материалов)
 Категории: 1 — прочее; 2 — политика; 3 — образование, наука; 4 — культура; 5 — граница (погода, дорога, транспорт); 6 — экономика; 7 — спорт; 8 — граница, криминал.

Треть всех посвященных этому публикаций ИА «Версия Саратов» затрагивает вопросы, связанные с границей. Причем чаще всего речь в них идет о неудовлетворительном состоянии дорожного полотна (на территории Саратовской области), неблагоприятных погодных условиях, дорожно-транспортных происшествиях и тому подобным не самым приятным вещам.

Еще четверть — о «криминальной» составляющей жизни областного участка российско-казахской границы (постоянных задержаниях на таможне в Озинках запрещен-

ной продукции, нелегальных мигрантах и т. д.). Нужно отметить, что удельный вес данного блока в двух других ресурсах еще больше, чем в «Версии Саратов», однако особого противоречия мы в этом не видим. Во-первых, получить эту информацию достаточно легко: для этого не нужно посылать в Озинки своего корреспондента, достаточно прочитать пресс-релиз Саратовской таможни или правоохранительных органов. А во-вторых, сам факт сообщения о многочисленных правонарушениях, имеющих место на границе, легко можно преподнести как

показатель эффективности деятельности соответствующих служб, которые эти факты выявляют и предотвращают.

Если же говорить об общей — «усредненной» — повестке дня в целом, то здесь обращает на себя внимание тот факт, что более половины всех сообщений так или иначе касается границы, точнее возникающих в связи с этим проблем. Сугубо же гуманитарные аспекты (образование, культура, спорт) и политико-экономические связи на этом фоне заметно теряются.

Таковы основные особенности освещения информационными агентствами межнациональных и межконфессиональных отношений в Саратовской области, а также отношений региона с Казахстаном. Налицо определенная зависимость между содержанием атрибутивной повестки дня [подробнее об этом см.: Казаков 2012: 138—143; Weaver 2007: 142—147; Weaver et al. 2004: 257—282] конкретного ресурса и его отношением к действующей власти: чем более лояльно правительству отдельное массмедиа, тем реже оно обращает внимание на какие-либо «проблемные зоны», и наоборот.

Еще одна закономерность усматривается в том, что и в отношении межнациональных отношений в целом, и применительно к Казахстану наблюдается определенный акцент на темах, которые могут быть отнесены к разряду «проблемных». Представляется, что в плане формирования позитивного внешнего имиджа и Саратовской области, и соседней республики целесообразнее было бы уделять больше внимания таким сферам,

как культура, образование, наука и спорт.

Следует отметить, что мероприятия, проводимые в рамках международного сотрудничества на уровне субъектов Федерации, направлены на определенные целевые группы, затрагивают интересы определенной территории (главным образом, приграничного района) и редко охватывают большую часть населения региона в целом. В таком случае полагаем, что должно быть эффективно налажено информирование населения через региональные и муниципальные средства массовой информации и официальные интернет-ресурсы о прошедших мероприятиях и достигнутых соглашениях.

Безусловно, в силу объективных и субъективных причин не все мероприятия могут заинтересовать региональные СМИ. В этой ситуации основными информационными ресурсами могут выступать муниципальные и правительственные издания. При этом стоит отметить, что степень информирования населения приграничных районов через преимущественное использование площадок муниципальных СМИ и правительственных изданий будет находиться на достаточно высоком уровне. Об этом, в частности, свидетельствуют результаты ранее проведенных нами фокус-групповых исследований, которые показывают, что основным источником информации в районах выступают телеканалы, муниципальные газеты и официальный сайт местной администрации.

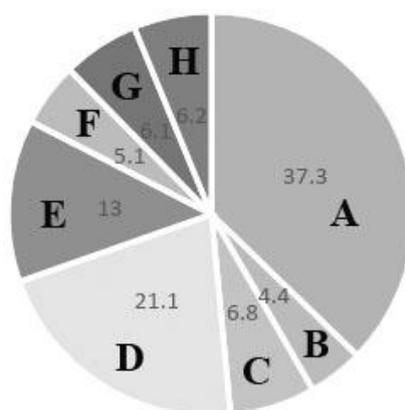


Рис. 9. Тематическая направленность публикаций информационных агентств в отношении Республики Казахстан (процент от общего количества материалов)

A — граница, криминал; B — спорт; C — экономика; D — граница (погода, дорога, транспорт); E — культура; F — образование, наука; G — политика; H — прочее

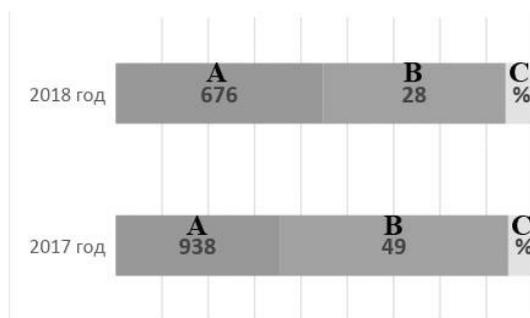


Рис. 10. Материалы по вопросам международного сотрудничества, межнационального и межконфессионального диалога на официальных сайтах приграничных муниципальных районов (абсолютное число и процент от общего количества)

А — всего публикаций; В — тематические публикации; С — доля тематических публикаций

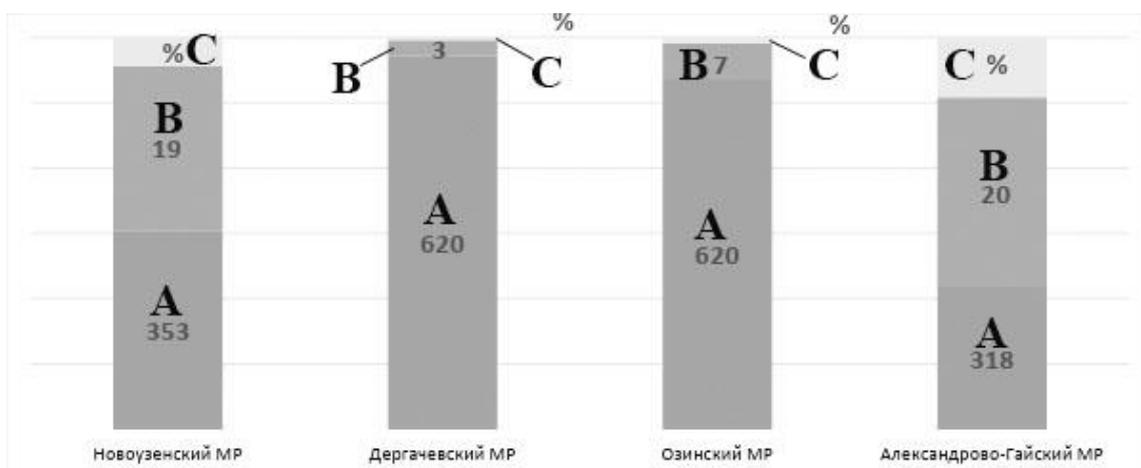


Рис. 11. Материалы по вопросам международного сотрудничества, межнационального и межконфессионального диалога, размещенные на официальных сайтах приграничных муниципальных районов в 2017 г. (абсолютное число и процент от общего количества)

А — всего публикаций; В — тематические публикации; С — доля тематических публикаций

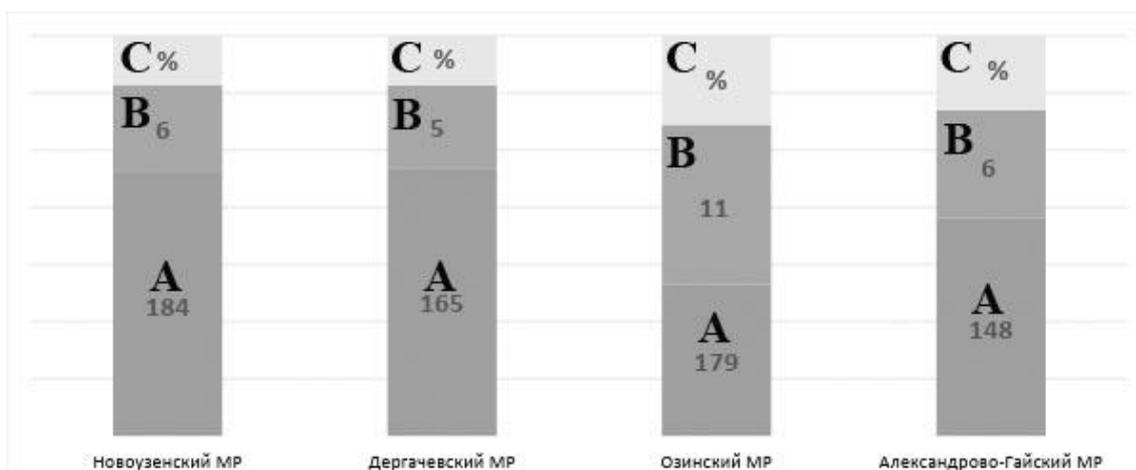


Рис. 12. Материалы по вопросам международного сотрудничества, межнационального и межконфессионального диалога, размещенные на официальных сайтах приграничных муниципальных района в 2018 г. (абсолютное число и процент от общего количества)

А — всего публикаций; В — тематические публикации; С — доля тематических публикаций

В связи с вышеотмеченным, в рамках данного исследования мы также провели анализ официального информационного контента телевизионных сюжетов ГТРК «Са-

ратов» (телеканалы «Россия 1» и «Россия 24»), материалов «Саратовской областной газеты. Регион 64», официальных сайтов администраций приграничных районов Са-

ратовской области (Александрово-Гайского, Дергачевского, Новоузенского и Озинского). Анализировались материалы о международном сотрудничестве муниципальных районов и региона, их тональность и содержание, вышедшие в эфир/опубликованные в период с января 2017 по апрель 2018 г. (ГТРК «Саратов» является филиалом Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании (ВГТРК) и в ежедневном режиме освещает главные новости города и региона на каналах «Россия 1», «Россия 24» и на радио «Радио России». Зона покрытия ГТРК «Саратов» на территории области в аналоговом режиме составляет 100 %, имеется кабельное и цифровое вещание. Официальный ресурс правительства области — «Саратовская областная газета. Регион 64» выходит 4 раза в неделю, недельный тираж составляет 24 500 экземпляров. На официальных интернет-лентах администраций приграничных районов в день в среднем размещается 3—5 новостей. Количество посетителей — 14—16 тыс. пользователей, просмотров — 48—56 тыс.)

На официальных сайтах муниципальных районов в отчетный период было размещено 77 материалов, посвященных вопросам международного сотрудничества, межнационального и межконфессионального диалога (49 материалов было опубликовано в 2017 г., 28 — с января по апрель 2018 г.), что составляет всего 4,8 % от общего числа публикаций на новостных лентах.

Если в разрезе календарных периодов доля интересующих нас публикаций в общем массиве информационных сообщений примерно соответствует данному среднему значению, то в разрезе анализируемых муниципальных районов наблюдается весьма существенный разрыв, причем как при сравнении их друг с другом, так и при сопоставлении одного муниципального контента в разные промежутки времени.

Большинство статей по национальной и конфессиональной тематике, размещенные на официальных сайтах приграничных муниципальных районов, посвящены планируемым или прошедшим культурно-массовым мероприятиям — организации и проведению государственных праздников с участием различных национальных диаспор (например, в рамках Дня народного единства), также национальных праздников (например, Наурыз). В меньшей степени (одна-две публикации в год) они касаются рабочих совещаний и иных мероприятий по межнациональной/межконфессиональной проблематике (например, строительство мечетей). Не думаем, что в районах данные мероприятия

так редко проводятся. Возможно, это связано с тем, что рассмотрение данных вопросов в основном носит рабочий характер и не предполагает официального информирования.

Большинство рассмотренных нами публикаций по международной тематике касаются визитов казахских/российских официальных делегаций в приграничные районы, участия в образовательных и культурно-массовых мероприятиях. Среди познавательных и праздничных событий, получающих достаточно широкое освещение на лентах новостей не только официальных сайтов, но и региональных СМИ, а также социальных сетей, можно выделить Фестиваль тюльпанов в Новоузенском районе, Фестиваль мраморного мяса в Александрово-Гайском районе, а также традиционный национальный праздник Наурыз (Навруз).

Информационные агентства активно освещали также межнациональную компоненту (к примеру, работу национальных двориков) и планируемое участие в подобных мероприятиях делегаций из Казахстана. Освещение данных мероприятий сопровождалось комментарийным фоном, а также фоторепортажами. Остальные события, как правило, подавались в достаточно малоинформативном формате: преимущественно констатировался факт проведенного мероприятия, сообщение ограничивалось (но не всегда) субъектным составом участников.

При проведении анализа складывалось впечатление, что международное сотрудничество в приграничных районах носит достаточно обыденный, будничной характер, о чем косвенно свидетельствует подача материала. Сами публикации не выделяются из ленты новостей. Безусловно, это обусловлено рядом объективных и субъективных обстоятельств. В то же время полагаем, что проведение международных соревнований даже на уровне местных образовательных учреждений, совместные совещания руководителей приграничных районов России и Казахстана, визиты официальных делегаций имеют куда больший потенциал информативности.

«Саратовская областная газета. Регион 64» достаточно часто касалась вопросов межнационального, межконфессионального характера, а также международного сотрудничества Саратовской области. Практически в каждом выпуске газеты содержатся статьи, посвященные межнациональным отношениям. Тональность публикаций во всех статьях остается положительной. Содержание статей связано в основном с общественно-культурной сферой (проведение националь-

ных праздников и пр.), отдельные национальности упоминаются крайне редко (исключение, например, представляют собой национальные праздники, в частности, Наурыз, Сабантуй), преимущественно речь идет о мероприятиях без привязки к конкретным национальностям. В целом можно отметить, что авторы статей (напрямую или между строк) напоминают читателям о том, что мы живем в многонациональной стране, а Саратовская область — территория межнационального мира и согласия, где все народы живут дружно уже много лет.

Статьи о международном сотрудничестве Саратовской области также достаточно часто присутствуют на страницах газеты. В частности, из 60 выпусков газеты с января по апрель 2018 г. практически в половине (в 26) встречались публикации о международных отношениях региона. Большинство рассмотренных публикаций посвящены развитию экономических отношений Саратовской области (более 90 %): участию официальных саратовских делегаций в международных экономических выставках и форумах, организации и работе Первого саратовского экономического форума, визитам международных делегаций, а также экспортным соглашениям региона с другими странами. В существенно меньшей степени публикации посвящены международному сотрудничеству в образовательных, культурных и общественных областях. Что же касается субъектного состава, то большинство публикаций посвящены развитию экономического сотрудничества Саратовской области со странами дальнего зарубежья, например, с ФРГ, КНР, Южной Кореей и Ираном. Информация о сотрудничестве с постсоветскими республиками встречается реже и касается преимущественно Казахстана и Армении. В то же время, если международные отношения со странами дальнего зарубежья в основном строятся вокруг экономических интересов, то Казахстан и Армения, согласно проанализированным статьям, налаживают с нашим регионом еще и культурно-образовательные связи.

В информационных выпусках ГТРК «Саратов» материалы о межнациональных, межконфессиональных отношениях, международном сотрудничестве представлены преимущественно официальной хроникой. Сюжеты в целом информативны, носят нейтральный характер. Проведенный анализ показывает, что большинство сюжетов по межнациональной, межконфессиональной сфере посвящены культурно-массовым мероприятиям, проведению официальных мероприятий и совещаний. При освещении темы международного сотрудничества Сара-

товской области превалирует экономическая составляющая: организация и работа Первого саратовского экономического форума, визиты международных делегаций, экспортные соглашения региона с другими странами, в основном с Южной Кореей и Ираном.

Таким образом, можно отметить, что информация о международном сотрудничестве с постсоветскими республиками, взаимодействии приграничных районов России и Казахстана на рассмотренных нами информационных площадках присутствует в малом объеме. В то же время, согласно анализу, данное сотрудничество в основном касается культурно-образовательных отношений и редко затрагивает иные сферы.

Таким образом, можно констатировать следующее. В настоящее время в регионах и на муниципальном уровне недостаточно внимания уделяется «внешнеполитическим» аспектам деятельности средств массовой информации, что, безусловно, диктует необходимость организации и проведения дополнительных мероприятий, направленных на оживление экспертной и профессиональной дискуссии в этом отношении, расширения соответствующей информационной повестки и дискурса.

Ресурсный потенциал медиапространства региона позволяет рассматривать действующих в его границах субъектов в качестве инструментов для обеспечения интересов и укрепления региона в частности и государства в целом на внешней арене. Для целенаправленного движения в данном направлении представляется необходимым создать на региональном и местном уровнях условия для повышения квалификации и переподготовки журналистского сообщества, необходимую инфраструктуру данной деятельности, включая систему грантовой поддержки и мотивации изданий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Боришполец К. П. Ресурсы публичной дипломатии союзного государства России и Беларуси // Вестн. МГИМО ун-та. 2017. № 3 (54). С. 224—237.
2. Вилков А. А., Некрасов С. Ф., Россошанский А. В. Политическая функциональность современных российских СМИ / под ред. А. А. Вилкова. — Саратов : Саратовский источник, 2011.
3. Вилков А. А. Проблематика общественной дипломатии в политическом и научном дискурсе современной России // Изв. Саратов. ун-та. Новая сер. Сер.: Социология. Политология. 2018. Т. 18. № 2. С. 184—188.
4. Го Ю. Роль СМИ в общественной дипломатии Китая // Век информации. 2014. № 4 (S1). С. 69—100.
5. Данилов М. В., Попонов Д. В. Масс-медиа в политическом пространстве. Опыт экспертного составления рейтинга региональных СМИ // Изв. Саратов. ун-та. Новая сер. Сер.: Социология. Политология. 2016. Т. 16. Вып. 4 С. 443—447.
6. Казаков А. А. Теоретико-методологический потенциал категории «медийная повестка дня»: возможности и ограничения // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 4, История. Регионоведение. Международные отношения. 2012. № 1. С. 138—143.

7. Казаков А. А., Савинов А. В., Шестов Б. Н. Функциональная теория анализа текстов масс-медиа В. Бенюта: возможности и ограничения (на примере статей «Российской газеты» о президентских выборах 2012 г.) // Изв. Саратов. ун-та. Новая сер. Сер.: Социология. Политология. 2014. Т. 14. № 3. С. 80—86.

8. Колеватова Т. С. Современные средства информации в публичной дипломатии России // Власть. 2016. № 1. С. 51—56.

9. Лебедева М. М. Публичная дипломатия в урегулировании конфликтов // Международные процессы. 2015. Т. 13. № 43. С. 45—56.

10. Марчуков А. Н. «Публичная дипломатия 2.0» как инструмент внешнеполитической деятельности // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 4, История. Регионоведение. Международные отношения. 2014. № 4. С. 104—113.

11. Пархитко Н. П., Таран И. А. Освещение газетой «Вельт» («Die Welt») миграционных процессов ФРГ (период большой предвыборной кампании — 2017) // Политическая лингвистика. 2018. № 2. С. 82—86.

12. Проект MS-INDEX. Измерение состояния и динамики институционального развития средств массовой информации

в субъектах верхнего уровня РФ (измерение медиасферы) 2015—2017 гг. [Электронный ресурс] : аналитический отчет / ЦИРКОН. 2017. URL: http://www.msindex.ru/wp-content/uploads/2017/12/MS-index_2015-2017_Otchet-o-sostoyanii-institucionalnogo-razvitiya-SMI-v-subektah-RF.pdf. (дата обращения: 30.05.2018).

13. Сардановская О. С. СМИ Крыма как акторы публичной дипломатии // Религия и политика в постсекулярном обществе : материалы XXXI Харакского форума и XIII междунар. семинара / под ред. Т. А. Сеньюшкиной, А. В. Баранова. 2017. С. 172—181.

14. Kazakov A., Benoit W. News Coverage of the 2012 Russian Presidential Election (Exemplified by “Rossiiskaya Gazeta”) // World of Media: Journal of Russian Media and Journalism Studies. — Moscow, 2015. P. 117—138.

15. Weaver D. Thoughts on Agenda Setting, Framing, and Priming // Journ. of Communication. 2007. Vol. 57. № 2. P. 142—147.

16. Weaver D., McCombs M., Shaw D. Agenda-Setting Research: Issues, Attributes, and Influences // Handbook of Political Communication Research / L. L. Kaid (ed.). — Mahwah, New Jersey, 2004. P. 257—282.

A. A. Vilkov, D. V. Poponov, M. S. Kozlova, A. A. Kazakov, A. S. Burdanova
Saratov, Russia

REGIONAL MASS MEDIA RESOURCE POTENTIAL IN THE FIELD OF PUBLIC DIPLOMACY (EXEMPLIFIED BY SARATOV REGION)

ABSTRACT. Results of the analysis of leading Saratov region mass media stories covering interethnic and inter-faith relations as well as the region and its interaction with the bordering country Republic of Kazakhstan are presented in the article. The abovementioned issues are analyzed within the context of public diplomacy discourse — the role of mass media in shaping favorable external image of Russia among the people of near-abroad countries is shown. Content-analysis and elements of W. Benoit’s functional theory of media texts analysis constituted methodological ground of the research. The authors came to the conclusion that nowadays, in Saratov region, a so-called “foreign” area of focus of mass media is rather underdeveloped that necessitates efforts to organize and conduct special events aiming at promotion and development of expert discussion of the issues and widening relevant media agenda and discourse. Regional media resource potential allows us to consider media institutions as instruments to promote interests and reinforce positions of both Saratov region and Russia abroad. In order to achieve this goal, it seems necessary to provide a background for further training and upgrading qualifications of local and regional journalists, to create infrastructure pertinent to this, including the system of grant support and motivation of mass media.

KEYWORDS: public diplomacy; mass media; media; regional mass media; mass media language; media linguistics; media discourse media texts; political discourse; resource potential.

ABOUT THE AUTHORS: Vilkov Alexander Alekseevich, Doctor of Political Science, Professor, Chair of Political Science Department, Saratov National Research State University named after N.G. Chernyshevsky, Saratov Russia.

Poponov Denis Vyacheslavovich, Candidate of Political Science, Associate Professor, Political Science Department, Saratov National Research State University named after N.G. Chernyshevsky, Saratov Russia.

Kozlova Margarita Sergeevna, Candidate of Social Science, Chair of Social Science Branch, Center of Regional Political Research, Saratov Russia.

Kazakov Alexander Alexandrovich, Candidate of Political Science, Associate Professor, Political Science Department, Saratov National Research State University named after N.G. Chernyshevsky, Saratov Russia.

Burdanova Anna Sergeevna, Candidate of Law, Associate Professor, Constitutional and Municipal Law Department, Saratov National Research State University named after N.G. Chernyshevsky, Saratov Russia.

REFERENCES

1. Borishpolets K. P. Resursy pUBLICHNOY diplomatii soyuznogo gosudarstva Rossii i Belarusi // Vestn. MGIMO un-ta. 2017. № 3 (54). S. 224—237.

2. Vilkov A. A., Nekrasov S. F., Rossoshanskiy A. V. Politicheskaya funktsional'nost' sovremennykh rossiyskikh SMI / pod red. A. A. Vilkova. — Saratov : Saratovskiy istochnik, 2011.

3. Vilkov A. A. Problematika obshchestvennoy diplomatii v politicheskom i nauchnom diskurse sovremennoy Rossii // Izv. Saratov. un-ta. Novaya ser. Ser.: Sotsiologiya. Politologiya. 2018. T. 18. № 2. S. 184—188.

4. Go Yu. Rol' SMI v obshchestvennoy diplomatii Kitaya // Vek informatsii. 2014. № 4 (S1). S. 69—100.

5. Danilov M. V., Poponov D. V. Mass-media v politicheskom prostranstve. Opyt ekspertnogo sostavleniya reytinga regional'nykh SMI // Izv. Saratov. un-ta. Novaya ser. Ser.: Sotsiologiya. Politologiya. 2016. T. 16. Vyp. 4 S. 443—447.

6. Kazakov A. A. Teoretiko-metodologicheskii potentsial kategorii «mediynaya povestka dnya»: vozmozhnosti i ogranicheniya

// Vestn. Volgogr. gos. un-ta. Ser. 4, Istoriya. Regionovedenie. Mezhdunarodnye otnosheniya. 2012. № 1. S. 138—143.

7. Kazakov A. A., Savinov A. V., Shestov B. N. Funktsional'naya teoriya analiza tekстов mass-media V. Benoyta: vozmozhnosti i ogranicheniya (na primere statey «Rossiyskoy gazety» o prezident'skikh vyborah 2012 g.) // Izv. Saratov. un-ta. Novaya ser. Ser.: Sotsiologiya. Politologiya. 2014. T. 14. № 3. S. 80—86.

8. Kolevatova T. S. Sovremennye sredstva informatsii v pUBLICHNOY diplomatii Rossii // Vlast'. 2016. № 1. S. 51—56.

9. Lebedeva M. M. Publichnaya diplomatiya v uregulirovaniy konfliktov // Mezhdunarodnye protsessy. 2015. T. 13. № 43. S. 45—56.

10. Marchukov A. N. «Publichnaya diplomatiya 2.0» kak instrument vneshnepoliticheskoy deyatel'nosti // Vestn. Volgogr. gos. un-ta. Ser. 4, Istoriya. Regionovedenie. Mezhdunarodnye otnosheniya. 2014. № 4. S. 104—113.

11. Parkhi'tko N. P., Taran I. A. Osveshchenie gazetoy «Vel't» («Die Welt») migratsionnykh protsessov FRG (period bol'shoy predvybornoy kampanii — 2017) // Politicheskaya lingvistika.

2018. № 2. С. 82—86.

12. Proekt MS-INDEX. Izmerenie sostoyaniya i dinamiki institutsional'nogo razvitiya sredstv massovoy informatsii v sub"ektakh verkhnego urovnya RF (izmerenie mediasfery) 2015—2017 gg. [Elektronnyy resurs] : analiticheskiy otchet / TsIRKON. 2017. URL: http://www.msindex.ru/wp-content/uploads/2017/12/MS-index_2015-2017_Otchet-o-sostoyanii-institutsionalnogo-razvitiya-SMI-v-subektah-RF.pdf. (data obrashcheniya: 30.05.2018).

13. Sardanovskaya O. S. SMI Kryma kak aktory publichnoy diplomatii // *Religiya i politika v postsekulyarnom obshchestve : materialy XXKhI Kharakskogo foruma i XIII mezhdunar. seminara / pod red. T. A. Senyushkinoy, A. V. Baranova.* 2017.

S. 172—181.

14. Kazakov A., Benoit W. News Coverage of the 2012 Russian Presidential Election (Exemplified by “Rossiiskaya Gazeta”) // *World of Media: Journal of Russian Media and Journalism Studies.* — Moscow, 2015. P. 117—138.

15. Weaver D. Thoughts on Agenda Setting, Framing, and Priming // *Journ. of Communication.* 2007. Vol. 57. № 2. P. 142—147.

16. Weaver D., McCombs M., Shaw D. Agenda-Setting Research: Issues, Attributes, and Influences // *Handbook of Political Communication Research / L. L. Kaid (ed.).* — Mahwah, New Jersey, 2004. P. 257—282.