

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра истории, теории и прикладной социологии

**РОЛЬ СМИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОМ
ПРОЦЕССЕ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ)**

(автореферат магистерской работы)

студентки 3 курса 361 группы
направления 39.04.01 «Социология»,
профиль «Социология политики»
социологического факультета
Носовой Анны Александровны

Научный руководитель,
доктор социологических наук, профессор _____ Д.В. Покатов

Зав. кафедрой
доктор социологических наук, профессор _____ Д.В. Покатов

Саратов 2025

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования «Роль СМИ в современном общественно-политическом процессе (на примере Пензенской области)» заключается в необходимости обеспечения, с одной стороны, транспарентности власти в регионе с помощью инструментов изучения и формирования общественного мнения. Одними из этих инструментов, но в настоящий момент не единственными, являются СМИ. С другой в необходимости использования этих инструментов в целях укрепления социально-политической стабильности в новых условиях жизни российского государства. Необходимо также определить роль и место традиционных средств массовой информации и журналистов в современном мире технологического многообразия форм передачи информации и выражения общественного мнения (государственные паблики, телеграм-каналы, новостные сайты, блоги и т.д.).

Отметим, что под общественно-политическим процессом мы понимаем многогранное, непрерывно длящееся во времени явление, затрагивающее трансформацию институтов власти и общества. Под общественным мнением - выражение устойчивого согласия в обществе или в отдельных группах населения относительно важных вопросов или событий текущей социально-политической жизни. Под средством массовой информации – законодательно утвержденное определение: «разнообразные формы периодического распространения информации (печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием)». В отличие от других распространенных в настоящее время форм масс-медиа, СМИ – это организация, зарегистрированная в Роскомнадзоре, имеющая адрес регистрации, материально-техническую базу, штат сотрудников.

Степень научной разработанности проблемы. Роль СМИ в общественно-политическом процессе является объектом постоянного внимания со стороны политологов, социологов, специалистов государственного управления, журналистов.

За рубежом проблему влияния СМИ на жизнь общества разрабатывали Ю. Хабермас, П. Бурдьё, Г. Тард, Э. Ноэль-Нойман, Г. Лассуэл и другие.

В нашей стране исследованиями социологических аспектов СМИ занимались Б.А. Грушин, Б.М. Фирсов, Т.М. Дридзе и многие другие социологи, политологи и теоретики журналистики, начиная с 60-х годов XX века.

В числе современных российских исследователей социологических аспектов СМИ можно назвать таких авторов, как профессор МГУ Е.Л. Вартанова, профессор НИУ ВШЭ с 2007 по 2020 г. О.А. Матвейчев, политолог, генеральный директор аналитического центра «Политген» Я.Р. Игнатовский, политолог Е.Н. Минченко и другие.

Исследования проводятся и в регионах. Так, на базе Саратовского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского специфику становления российских СМИ как социально-политического института изучали Г.В. Дыльнов, С.Г. Ивченков, А.А. Казаков и другие. Активные исследования СМИ и медиасферы ведутся в Екатеринбурге (Р.С. Мухаметов и Н.И. Сивкова), в Республике Татарстан (Г.В. Морозова, А.И. Остроумов), в Тамбовской области (В.Ф. Пеньков) и т.д.

Разрабатывалась указанная тема и в Пензенской области (А.И. Кислов, С.И. Неделько, А.В. Осташков, П.Н. Полосин). Однако указанные специалисты затрагивают довольно узкие, специфические проблемы деятельности определенных категорий СМИ. Масштабными работами регион похвастаться, к сожалению, не может. Эмпирические исследования, которые проводят ЦУР Пензенской области и Институт регионального развития, носят закрытый характер и предназначены они для внутреннего использования в системе областной исполнительной власти. Данные

обстоятельства и предопределили выбор темы исследования, её объект, предмет, цель и задачи.

Объект исследования – СМИ как особый социально-политический институт современного общества.

Предмет исследования – рассмотрение роли СМИ в современном социально-политическом процессе.

Цель исследования – рассмотреть особенности функционирования СМИ и их роль в социально-политических процессах современного общества и региона.

Задачи исследования:

- рассмотреть подходы, имеющиеся в классической и современной социологии к анализу СМИ как особого института современного общества;
- проанализировать базовые функции СМИ;
- определить место СМИ в спектре субъектов современного общественного мнения;
- изучить особенности функционирования СМИ в регионах традиционного типа.
- проанализировать изменение транслируемых нарративов региональных СМИ в условиях усиления государственной власти.

Теоретико-методологическая база исследования. При написании работы автор руководствовался структурно-функциональным подходом Т. Парсонса и Р. Мертон, конкретно-историческим подходом К. Маркса и М. Вебера. Были использованы труды западных, советских и российских социологов, публицистов, философов и политологов, таких как Ж. Бодрийяр, Г. Лассуэл, П. Бурдьё, В.И. Ленин, Б.А. Грушин, В.А. Ядов, Б.М. Фирсов, Г.В. Дыльнов. В качестве ориентира при решении задач использовались структурно-функциональный, генетический и сравнительно-исторический методы.

Также при проведении исследования автор использовал следующие количественные и качественные методы: контент-анализ материалов СМИ, вторичный анализ социологических данных, метод экспертного интервью.

Научная новизна исследования.

- осуществлен комплексный анализ классических и современных подходов к определению места и роли СМИ в условиях масштабных социально-политических изменений,
- выявлены и проанализированы изменения нарратива региональных СМИ и влияния на него государственной политики на примере печатных изданий Пензенской области,
- проведен контент-анализ материалов СМИ (51 номеров газет «Пензенская правда», «Молодой Ленинец», «Улица Московская» по годам выборов Президента Российской Федерации),
- проведен анализ экспертных оценок изменения роли СМИ и журналистов в общественно-политической жизни региона,
- представлены рекомендации, способствующие определению более эффективных сфер взаимодействия регионального социума и СМИ.

Научно-теоретическая и практическая значимость. Научно-теоретическая значимость исследования заключается в изучении роли СМИ как социального института, выполняющего задачи информации и пропаганды в условиях происходящих в России современных социально-экономических и общественно-политических изменений, на примере конкретного региона.

Практическая значимость: материалы исследования могут быть включены в программу практических семинаров и специализированных курсов для специалистов органов исполнительной власти региона в сфере внутренней политики, пресс-служб министерств и ведомств, студентов гуманитарных факультетов вузов региона.

Эмпирическую базу исследования составили следующие виды источников: справочная и энциклопедическая литература; научные труды

отечественных и зарубежных исследователей, содержащих концепции СМИ и общественного мнения; материалы научных публикаций, периодической печати, интернет-ресурсов; исследования западных и отечественных ученых, статистические и аналитические данные социологических центров, раскрывающие различные аспекты функционирования СМИ как социально-политического института.

Апробация работы. Основные положения исследования докладывались автором на научно-практической конференции «Дыльновские чтения» и нашли отражение в 2 публикациях.

Структура работы. Магистерская работа состоит из введения, четырех разделов, заключения, списка использованных источников и приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, раскрывается степень её разработанности, определяются цель, задачи, объект и предмет, методологическая основа и теоретические источники.

В первом разделе «Теоретико-методологические подходы к социологическому анализу СМИ, их статуса и роли в современном обществе» рассматриваются подходы к СМИ как социальному институту в классической западной, современной западной, советской и современной российской социологической науке. Отмечается, что СМИ - относительно недавно возникший феномен, примерно совпадающий по времени с началом эпохи модерна, связанный с развитием технических средств печати, повышением уровня грамотности населения, усложнением системы государственного управления в разных странах. Раскрывается понятие общественного мнения.

Выделяются 9 подходов к анализу роли и функциям СМИ как к социального института, в зависимости от времени и места происхождения теорий.

На Западе:

1) Период раннего либерализма: функция СМИ- это прежде всего социальный контроль над государством (Дж. Локк).

2) Период классического капитализма: СМИ – это посредник между управляющими и управляемыми (К. Маркс).

3) Межвоенный период: СМИ – это проводник в массы идей, необходимых для консолидации общества ради победы (Г. Лассуэлл).

4) Послевоенный период: СМИ формируют «молчаливое большинство», способствуют трансформации общественных институтов (Т. Адорно, Э. Ноэль-Норман).

5) Эпоха глобализации: СМИ в скрытой форме манипулируют массовым сознанием, создают альтернативную реальности картину мира (Г. Маркузе, П. Бурдьё, Ю. Хабермас, Ж. Бодрийяр).

В России:

1) Революционный и советский период: газета – это коллективный агитатор и коллективный организатор (В.И. Ленин).

2) Период «оттепели» - социологический подход: СМИ – это инструмент взаимного влияния государства и общества (Б.А. Грушин).

3) Период перестройки: СМИ и журналисты – субъекты общественного мнения, выразители разнообразных взглядов и программ дальнейшего развития страны (Б.А. Грушин, Ж.Т. Тощенко, В.А. Ядов).

4) Современная эпоха: институт СМИ – один из многих акторов в системе публичного мнения, а также инструмент ведения «информационной войны» (Я. Игнатовский, О. Матвейчев, Е. Минченко).

Резюмируя сказанное, отметим, что в разные периоды жизни общества, в различных культурах и общественно-политических формациях роль СМИ существенно трансформируется в соответствии с актуальными задачами государства и социума. В современном глобальном информационном обществе, с одной стороны, их роль максимально расширена, с другой стороны, они утратили монополию на информацию и на формирование общественного мнения. При этом, так как деятельность СМИ неразрывно

связана с институтами власти, задача последних - поместить новую структуру медиа в ограничительные рамки.

Во втором разделе «Трансформация роли и места СМИ в современном обществе» прослеживаются общественно-политические процессы, на ход которых повлияли СМИ и журналисты. Анализируется их роль и место в различные периоды новейшей истории России в общегосударственном и региональном аспекте.

Выделяются особенности трех периодов:

- 1990-е – возрастание роли средств массовой информации, их концентрация вокруг разных центров влияния, противостояние СМИ и власти в самых разных аспектах.

- 2000-е – СМИ способствуют консолидации общества вокруг власти, а власть, в свою очередь, берет над ними контроль. Аполитичность и развлекательный характер подавляющего большинства средств массовой информации. Динамичное развитие информационно-рекламного рынка, сопровождающее экономический рост. Появление и развитие Интернет-изданий.

- Современный период – происходит дальнейшее объединение общества «вокруг флага». В условиях информационной войны усиливается государственный контроль над медиаресурсами. Резко сокращается количество и падают тиражи печатных изданий. Наступает эра «новых медиа»: блогов, каналов в мессенджерах, страниц в социальных сетях и т.д. Традиционные СМИ становятся частью большой и пёстрой «медиаполяны».

В разделе отмечается, что процессы в СМИ на региональном уровне (на примере Пензенской области) были и остаются отражением явлений, происходящих на уровне федеральном. Они отличаются масштабом и особенностями региона традиционного типа, являющего регионом-реципиентом, главным спонсором СМИ и заказчиком информационной политики в котором традиционно является власть. Приводятся наиболее значимые общественно-политические явления в жизни региона, на исход

которых повлияли средства массовой информации. Анализируется современная структура медиапотребления информации населением на основе вторичных данных.

Мы приходим к выводу, что за последние три десятилетия роль СМИ в общественно-политическом процессе трансформировалась. Это проявляется в усилении правового и материального влияния институтов власти на СМИ, в исчезновении оппозиционных медиа, во внедрении государства практически во все сетевые ресурсы, и как следствие – в превращении СМИ и новых медиа прежде всего в рупор государственной власти.

В третьем разделе Региональные СМИ в контексте современных общественно-политических процессов (на примере Пензенской области) рассмотрены особенности функционирования современных СМИ региона.

Мы отметили, что главной их особенностью является сосредоточение медиаресурсов в руках областной исполнительной власти. Вместе с этим происходит усиление прогосударственных нарративов, в частности, в прессе.

Проведя контент-анализ трех печатных СМИ, мы проследили постепенное (на протяжении последней четверти века) изменение определенных эмоционально-смысловых концептов, связанных с понятиями государственности и патриотизма: такими, как Россия, Родина и Отечество. Проанализированы три издания: одно государственное, одно частное - прогосударственное и одно умеренно-оппозиционное. Предметом анализа стал контекст упоминаемости. Выделены эмоциональные оценки (нейтральная, положительная, негативная).

Исследование позволило выявить следующие направления в изменении нарратива региональных СМИ:

- последовательное и долговременное повышение лояльности СМИ региона к государству и его институтам;
- растет значимость СМИ как инструмента патриотического воспитания;
- неоднородность местных изданий в их отношении к российской государственной политике.

Был сделан вывод, что в Пензенской области сложилось мощное ядро государственных и прогосударственных СМИ, продвигающее в массы нужные государству идеи. Данная совокупность при эффективном применении (разнообразие программ и жанров, высокое качество текстов и передач, работа с конкретной целевой аудиторией, удержание лучших журналистских кадров и т.д.) является серьезным идеологическим оружием. Однако при неэффективном управлении эта централизация может привести к снижению интереса и доверия населения к государственным СМИ, а следовательно, и к власти. Поэтому руководителям, ответственным за внутреннюю политику, необходимо выстраивать конструктивные, доверительные взаимоотношения с редакциями, прислушиваться к мнению журналистов.

В четвертом разделе «Изменение места и роли журналиста в общественно-политическом процессе региона» было проведено сопоставление процессов трансформации института СМИ и журналистской профессии с мнениями экспертов. В экспертном опросе приняли участие 9 представителей средств массовой информации со стажем в профессии свыше 20 лет: журналисты и редакторы, а также чиновники, ранее работавшие в СМИ. Экспертам было задано 18 вопросов в сравнительном ключе о характере и качестве взаимодействия СМИ с аудиторией, об отношениях с институтами власти, о функциях журналистики в жизни Пензенской области, об уровне престижа и о будущем журналистской профессии. Вопросы были разбиты на блоки оценки прошлого, настоящего и будущего.

Сравнив изменения в журналистике с результатами опроса, был сделан вывод, что в Пензенской области в настоящее время происходит трансформация роли и места СМИ в общественно-политическом процессе. С одной стороны, государство все больше монополизирует региональный медиарынок, используя СМИ как инструмент агитации и пропаганды. С другой стороны, традиционная журналистика в регионе во многом уступила место новым медиа, государственным пабликам и системам обратной связи,

значительно утратив свое влияние на аудиторию. Однако престиж и влияние традиционных СМИ (телевидение, газеты, радио) можно повысить за счет качества и глубины контента, чего можно добиться путем изменения финансовой и кадровой политики государства.

В заключении излагаются наиболее важные теоретические выводы и обобщения, формулируются основные итоги исследования.

В приложении представлен инструментальный материал по теме исследования (гайд экспертного опроса).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Роль СМИ в современном информационном пространстве региона традиционного типа существенно трансформировалась в связи с новыми условиями существования и с актуальными задачами государства.

Во-первых, необходимость консолидации общества «вокруг флага» и национального лидера является одной из причин, по которым спектр общественного мнения в СМИ сужается, а их материально-технические ресурсы переходят государственным структурам.

Во-вторых, традиционные СМИ работают в условиях жесткой конкуренции с новыми медиа, особенно в сфере взаимодействия с аудиторией.

В-третьих, усиливается роль традиционных СМИ как «рупора власти», проводника нужных государству идей.

В-четвертых, указанные процессы трансформации связаны с определенными кризисными явлениями в отношениях СМИ и власти, СМИ и общества, СМИ как социального института в целом. Данные институтов общественного мнения свидетельствуют о падении интереса и доверия населения к телевидению, радио и печатным изданиям. Эксперты указывают на барьеры между властью и журналистами, снижение престижа журналистской профессии и качества журналистских кадров.

Тем не менее, подчеркивается, что традиционные СМИ могут закрепить за собой аудиторию и отвоевать достойное место в современном

разнообразном спектре масс-медиа. Государству необходимо сохранять кадры и материально-техническую базу традиционных СМИ региона, способствовать повышению престижа журналистской профессии.

По итогам исследования был сформулирован ряд предложений:

- необходимо возродить традицию проведения раз в квартал «круглых столов» губернатора с приглашением редакторов всех без исключения СМИ – как лояльных, так и оппозиционных,
- для привлечения кадров в районы ввести систему поощрения молодых журналистов (программа «Земский журналист», единовременные выплаты в первые три года работы и т.д.).
- разработать и провести социологический опрос с как можно более полным охватом всех представителей профессии в регионе, затрагивающий оценку мотивации, условий оплаты труда, удовлетворенности работой, качества обратной связи с представителями власти.

Основное содержание работы изложено в следующих публикациях автора:

1. Имиджевые и репутационно-жанровые средства в практиках взаимодействия власти и населения (на примере Пензенской области) // Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием XI Дыльновские чтения «Социология и общество: социальные процессы, факторы и механизмы развития». Саратов: Изд-во «Саратовский источник», 2024. С. 83-88.
2. Покатов Д. В., Панина А.А. Изменение нарратива региональных СМИ в контексте современных социально-политических процессов в Российском обществе (на примере Пензенской области // Историческая и социально-образовательная мысль. 2025. Т. 17 № 3. С. 68 – 82. URL <https://hist-edu.ru/index.php/hist/article/view/477/355>.