

*На правах рукописи*

**Дементьева Ксения Владимировна**

**РЕГИОНАЛЬНАЯ ПРЕССА КАК ФАКТОР  
ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ  
(по материалам русскоязычных и национальных газет  
Республики Мордовия)**

**Специальность 10.01.10 - Журналистика**

**АВТОРЕФЕРАТ  
диссертации  
на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук**

**Казань – 2012**

Работа выполнена на кафедре современной журналистики и общественного мнения федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева» (ФГБОУ ВПО «МГУ им. Н.П. Огарева»)

<b>Научный руководитель</b>	доктор филологических наук, профессор <b>Потапов Павел Федорович</b>
<b>Официальные оппоненты</b>	доктор филологических наук, профессор <b>Мишанин Юрий Александрович</b>  доктор социологических наук, профессор <b>Киричек Петр Николаевич</b>
<b>Ведущая организация</b>	Чувашский государственный университет

Защита состоится 16 февраля 2012 года в 13.00 на заседании Диссертационного совета Д 212.081.14 при Казанском (Приволжском) федеральном университете по адресу: 420021, г. Казань, ул. Татарстан, 2, ауд. 235.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского Казанского (Приволжского) федерального университета.

Автореферат разослан « 12 » января 2012 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
кандидат филологических наук,  
доцент

**Зайни Резеда Локмановна**

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Предлагаемое исследование обращено к изучению региональной прессы как фактора формирования общественного мнения. Через систему СМИ происходит мощное воздействие на массовое сознание. Ряд современных исследований в области региональных СМИ обращены к изучению телевидения и Интернета<sup>1</sup>. По убеждениям председателя Союза журналистов РФ В. Л. Богданова, «в наше время, время Интернета, электронных СМИ и прочего, мало кому нужна пресса, печатная периодика»<sup>2</sup>. В последние годы в обществе действительно произошло стремительное развитие новых форм массовой информации, порожденных новой информационной средой – цифровое, кабельное и спутниковое телевидение, интернет-СМИ, интернет-версии печатных газет, блоги, электронная почта, чаты, социальные сети и др. Мобильные телефоны с доступом в Интернет, радикально изменили природу коммуникаций. Сегодня появилась возможность выходить на связь из любого места в любое время, расширились возможности и границы распространения и доступа к информации.

В Республике Мордовия хоть и в несколько замедленном темпе, но также развиваются названные процессы, особенно в последние несколько лет – начиная с 2008 года. Однако исторически первым средством массовой коммуникации была печатная пресса, которая долгое время являлась лидером по популярности и масштабам распространения. Сейчас региональная пресса также пользуется спросом у своей аудитории. Тиражи периодических изданий в Мордовии, несмотря на экономически нестабильную ситуацию в стране, остаются на

---

<sup>1</sup> См.: Амзин А.А. Новостная Интернет-журналистика – М. : Аспект-Пресс, 2011. – 144 с.; Калмыков А.А. Интернет-журналистика в системе СМИ: становление, развитие, профессионализация : автореф. дис. ... докт. филол. наук. – М., 2009.; Константинова Е.Г. Научно-популярное телевидение : дис. ... канд. филол. наук. – Москва, 2010; Лукина М. М. СМИ в пространстве Интернета. – М., 2005. – 87 с.; Макаркина Л.Н. Телевизионная коммуникация в этнокультурном пространстве региона в условиях общественной трансформации: дис. ... канд. филол. наук. – Казань, 2010; Максимов А.М. Профессия – тележурналист. – М. : Игра слов, 2011. – 256 с.; Машкова С.Г. Интернет-журналистика : учебное пособие. – Тамбов : Изд-во тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – 80 с.; Муратов С.А. Телевидение в поисках телевидения. – М. : Изд-во МГУ, 2009. – 280 с.; Нигматуллина К.Р. Трансформация политических идеалов на российском телеэкране : автореф. дис. ... канд. полит наук : 10.01.10. – СПб., 2009 – 25 с.; Полосин П.Н. Ведущие ежедневные новостные СМИ Пензенской области: опыт сравнительного анализа // Регионология. – 2010. – № 4. – С. 286-293; Фомичева И.Д. Социология Интернет-СМИ. – М., 2005. – 79 с. и др.

<sup>2</sup> Богданов В.Л. Кризис журналистики на современном этапе становления демократического общества. – URL: [http://www.pressclub.host.ru/ID/ID\\_materials.shtml](http://www.pressclub.host.ru/ID/ID_materials.shtml).

прежнем уровне. На фоне многочисленных исследований СМИ рассмотрение позиций печатной прессы в современный период развития общества привлекает исследовательское внимание.

Эффективность воздействия прессы на общественное мнение определяет **актуальность темы диссертации**, которая обусловлена различными аспектами. Во-первых, несмотря на многообразие каналов выражения общественного мнения, в регионе газеты выполняют функцию организатора в направлении расширения его границ, тиражирования, трансляции. Во-вторых, остро встает вопрос о собственности на информацию, так как в информационном обществе право на такую собственность – это право на власть. В связи с этим становится актуальным исследование республиканской журналистики как субъекта-посредника в системе отношений «власть – народ». В-третьих, опосредованное влияние на массовое сознание начинает главенствовать над силовыми методами воздействия, поэтому представляется своевременным выделение основных методов влияния региональной прессы на общественное мнение в регионе. В-четвертых, журналистика является организатором сотрудничества различных социальных сил и отдельных людей для создания широкого информационного поля – необходимой части механизмов общественного саморегулирования. В связи с этим качество массовых информационных потоков напрямую связано с профессиональной позицией журналистов, с качеством производимой ими продукции, с доверием к этой продукции аудитории.

**Степень научной разработанности темы.** В конце XX – начале XXI века теоретики, публицисты и за рубежом, и в России поставили вопрос о властной функции массмедиа, в обиход вошел термин «телекратия». В той или иной степени этому посвящены монографии и статьи многих исследователей, в первую очередь С.Г. Кара-Мурзы, М.Г. Анохина, В.Г. Афанасьева, Г.С. Ковалева, Г.В. Грачева, Г.С. Мельника, О.И. Карпухина, Э.Ф. Макаревича, Г.Г. Почепцова и др.

Существенное внимание уделяется исследованию деятельности средств массовой информации, анализу современных массмедиа. Это работы Е.П. Прохорова, Я.Н. Засурского, М.В. Шкондина, А.А. Грабельникова,

Л.Л. Реснянской, С.Г. Корконосенко, Е.Л. Вартановой, В.В. Тулупова и др.

Весьма значимы труды, в которых рассматриваются проблемы журналистики и общественного мнения, особенности работы средств массовой информации в современном обществе. Это работы Д.П. Гавры, Б.А. Грушина, Ю.А. Левады, Б.В. Дубина, Д.С. Ганчева, У. Липпмана и др.

Методы, приемы, механизмы влияния прессы на массовое сознание в разное время исследовали: Г.Г. Почепцов, Г. Шиллер, М.Г. Ярошевский, А.Е. Левченко, А.А. Тертычный, С.А. Зелинский, Е.С. Валеева.

Развитие региональной журналистики подробно анализируется в работах П.Ф. Потапова, А.И. Кислова, В.И. Антоновой, Ю.А. Мишанина. Механизмы формирования средствами массовой информации общественного мнения затрагиваются в научных трудах П.Н. Киричка, Л.А. Поелуевой, П.Н. Полосина.

**Теоретическая и методологическая основа диссертации.** Теоретическую основу диссертации составили концепции отечественных и зарубежных теоретиков в области журналистики, политологии, социологии, психологии, достижения научных исследований на стыке этих дисциплин.

Основными методами изучения эмпирического материала в работе служили качественный анализ содержания публикаций и контент-анализ. В качестве методов также применяются интерпретация научных и журналистских текстов, анализ, логическое сравнение, обобщение.

**Цель и задачи исследования.** Целью исследования является изучение прессы и ее роли в формировании общественного мнения в регионе на примере печатных СМИ Республики Мордовия.

Достижение поставленной цели осуществляется путем решения следующих исследовательских задач:

- определить место прессы в системе республиканских СМИ;
- рассмотреть социально-функциональный аспект взаимодействия печатных средств массовой информации;
- проследить развитие республиканской журналистики как субъекта-посредника в системе отношений «власть – народ»;
- выявить характер и способы воздействия прессы на общественное мнение;

– исследовать качество массовых информационных потоков как фактор доверия аудитории.

**Объектом исследования** являются русскоязычные и национальные газеты Республики Мордовии.

**Предметом исследования** выступают материалы республиканских газет, методы и способы формирования общественного мнения в региональной прессе.

**Эмпирическую базу исследования** составили публикации русскоязычных и национальных газет Республики Мордовия (всего 5 224 газетных материала объемом свыше 100 строк): «Известия Мордовии», «Столица С», «Маяк», «Эрзянь правда», «Мокшень правда», «Юлдаш».

**Научная новизна исследования:**

1. Установлено место печатной прессы в региональной медиасистеме и ее роль в формировании общественного мнения.
2. Проведен комплексный анализ региональных газет в системе их отношений с властью, выявлено их влияние на общественное мнение региона.
3. Определены методы и принципы подачи информации, используемые изданиями Республики Мордовия для формирования общественного мнения.
4. Проанализировано качество информационных потоков в регионе как фактор доверия аудитории.
5. Выработаны практические рекомендации для работников печатных изданий, соблюдение которых поможет сохранить доверие аудитории и одновременно привлекать внимание читателей, сохраняя неизменно высокий спрос на газету и оказывая воздействие на общественное мнение.

**В связи с этим на защиту выносятся следующие положения.**

1. На региональном рынке печатных СМИ, имеющих достаточно прочные позиции, уже заняты самые выгодные ниши. Пресса является каналом выражения общественного мнения, насаждая и фиксируя в массовом сознании термины, понятия, характеризующие новые социально-политические и экономические явления.
2. В современной региональной журналистике преобладает апологетический вариант отношений, который нельзя назвать оптимальным для формирования

устойчивого авторитета печатных изданий в глазах общества, но он имеет большие возможности для воздействия на общественное мнение.

3. Умелое использование корреспондентом средств журналистики служит в региональной прессе для привлечения внимания к той или иной социально значимой или незначимой проблеме, помогает внедрению ее в сознание аудитории и управлению поведением людей;

4. В современном информационном обществе печатное издание может оказывать воздействие на общественное мнение, лишь пользуясь у своей аудитории спросом, который зависит от двух факторов: 1) доверия читателей к информации, получаемой из газеты; 2) привлечения внимания аудитории к публикуемым материалам.

**Теоретическая и практическая значимость исследования** заключается в том, что сформулированные теоретические положения и практические выводы, полученные автором, способствуют расширению и углублению имеющихся в современной науке представлений о региональной прессе и ее роли в формировании общественного мнения.

Практическая значимость диссертационного исследования выявлена автором при проведении семинарских занятий на отделении журналистики Мордовского государственного университета, при участии в работе научно-практических конференций, семинаров, при публикации некоторых положений исследования в специализированных научных изданиях, в ходе консультаций с экспертами в области СМИ. Материалы диссертации могут найти применение в учебном процессе, в ходе преподавания курсов теории и практики современной журналистики, могут быть интересны и для журналистов-практиков.

**Апробация работы.** Основные положения и выводы диссертации обсуждались на заседаниях кафедры современной журналистики и общественного мнения Мордовского государственного университета имени Н.П. Огарева. Внедрение результатов исследования осуществлялось в процессе чтения лекций по курсам «Печать и общественное мнение», «Телевидение и общественное мнение» и при проведении практических занятий (семинаров) на отделении журналистики в Мордовском государственном университете имени

Н.П. Огарева. Также автором сделаны доклады и сообщения на международных, всероссийских, региональных, межвузовских научно-практических конференциях (Минск, Каменец-Подольский, Тольятти, Казань, Москва, Санкт-Петербург, Ростов-на-Дону, Н. Новгород и др.).

Основное содержание работы отражено в 28 статьях в научных журналах, материалах научно-практических конференций, сборниках научных трудов, из них три статьи опубликованы в изданиях, рекомендованных ВАК РФ.

**Структура диссертации.** Структура диссертации продиктована логикой исследования. Она состоит из введения, двух глав, включающих 6 параграфов, заключения, списка источников и использованной литературы.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ**

Во **введении** обосновывается актуальность диссертационного исследования, характеризуется состояние разработанности проблемы, определяются цели, задачи, объект, предмет, методологическая и эмпирическая база, положения, выносимые на защиту, показываются научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы, приводятся сведения об апробации полученных научных результатов.

Первая глава **«Пресса в контексте формирования общественного мнения»** посвящена печатным изданиям как многоплановому явлению в системе средств массовой информации региона. Глава состоит из трех параграфов.

В первом параграфе **«Средства массовой информации и феномен общественного мнения: социально-функциональный профиль взаимодействия»** раскрывается сущность понятия «информация». В современном российском обществе она становится массовым продуктом, получает рыночную оценку, ее получение, передача, использование и хранение становится более доступным технологически. Владение социально значимой информацией может привести к переменам в структуре общества, следовательно, она имеет политический характер. Информационное преимущество является серьезной социальной силой, помогающей рекомбинации социальных,

экономических и властных ресурсов. Таким образом, СМИ по сути стали доминантой передачи сообщений, влияющих на общественное мнение.

Общественное мнение определяется как состояние массового сознания, охватывающее скрытое или явное отношение разных социальных групп к фактам, событиям, проблемам реальности. Диссертант соглашается с теоретической позицией Б.А. Грушина, согласно которой общественное мнение является наиболее подвижной частью массового сознания.

Как показал предпринятый в параграфе анализ печатных изданий, главным при оценке газеты по-прежнему является периодичность ее выхода. В целом Мордовия оценивается как один из наиболее обеспеченных прессой регионов страны. Универсализированным видом издания следует признать еженедельник. Кроме того, на рынке печатных СМИ уже заняты самые выгодные ниши. Это подтверждает тот факт, что появляющиеся в последние годы новые печатные издания носят в основном рекламный и деловой характер.

Во втором параграфе **«Место прессы в системе республиканских СМИ и адекватность общественного мнения в регионе»** рассматриваются печатные средства массовой информации как канал выражения общественного мнения. Претерпев совместно с российским обществом в XX веке революционные перемены, печать снова трансформировала свое место и функции в современной медиасистеме. Сейчас, газета, по оценкам некоторых специалистов (например, декана факультета журналистики ВГУ В.В. Тулупова), теряет свои позиции. По пессимистическим прогнозам печатные издания исчезнут к середине XXI века.

Однако, по нашему мнению, у газеты есть будущее, и особенно это утверждение касается региональной российской прессы. Две трети россиян (66%) считают, что всегда будут люди, готовые платить за качественную аналитику и покупать хорошие газеты и журналы<sup>3</sup>. Печатные СМИ имеют достаточно прочные позиции по следующим причинам: 1) газета располагает большими возможностями оперативно, честно, адекватно или превратно

---

<sup>3</sup> Инициативный всероссийский опрос ВЦИОМ проведен 26 – 27 декабря 2009 г. Опрошено 1 600 человек в 140 населенных пунктах 42 областей, краев и республик России. Статистическая погрешность не превышает 3,4 % // (см.: [www.wciom.ru](http://www.wciom.ru)).

отразить реальность; 2) у жителей регионов (и тем более районов) сохранилась укоренившееся доверие к печатному слову, сформированное в советский период; 3) соединение разных видов информации в общем телевизионном или компьютерном виде не заменяет текста; 4) газеты способны предоставить обоснованные, аргументированные взгляды и воззрения; 5) аналитичность информации. Кроме того, региональная пресса пользуется большей популярностью у своей аудитории, нежели общероссийские газеты.

Выражение общественного мнения через печатные средства массовой информации может выражаться по-разному. Во-первых, это отражение доказательств выражения общественного мнения, которое фиксирует в лексиконе журналистов категорию «общественное мнение», делая возможными характеристику и анализ истинного интереса прессы к суждениям населения. Результаты проведенного исследования позволяют сделать вывод, что в журналистском дискурсе и, следовательно, в общественном сознании категория «общественное мнение» пока закреплена незначительно. Доля статей в газетах, упоминающих данную категорию, не превышает 13 % на протяжении всего рассматриваемого периода. Мы полагаем, что часть публикаций рассчитана на доверие читателей и содержит скорее лишь предположение о том, что «думают горожане», мнение отдельных людей, а возможно, даже личный взгляд автора статьи. Во-вторых, трансляция мнения населения через прессу заключается в публикации писем читателей на страницах газет. Третий способ выражается в том, что журналисты пишут статьи на темы, актуальные, по мнению большинства граждан. Четвертый метод, позволяющий глубже судить об особенностях выражения мнения населения через печатные издания, заключается в описании журналистами каких-либо локальных актов выражения общественного мнения, что позволяет расширить его воздействие – доводить до различных социальных групп, информировать властные структуры.

В третьем параграфе **«Республиканская журналистика как субъект-посредник в системе отношений «власть – народ»** диссертант утверждает, что важная роль прессы в регионе допускает возможность называть ее «четвертой властью», что символически сближает ее с законодательной, исполнительной и

судебной. Концепция о СМИ как «четвертой власти» базируется на том, что они являются таковой, так как характеризуются умением приходить к соглашению в урегулировании тех или иных социальных проблем без какого-либо давления. Мнения ученых по вопросу о том, являются ли массмедиа властью, в настоящее время разделились. Мы поддерживаем точку зрения Е.П. Прохорова, согласно которой средства массовой информации можно назвать властью, только если сообщения в них доказательны и убедительны, опираются на авторитет учредившего их общественного института и активно сформированное общественное мнение.

Умело поданная информация все чаще становится проводником современной политики. Власть, понимая это, пользуется возможностями прессы не только в период предвыборных кампаний, но и ежедневно. Многие региональные газеты, принося большую пользу жителям, в то же время способствуют созданию положительного имиджа власти и формированию общественного мнения в нужном для нее направлении.

Современная журналистика региона опирается на апологетический вариант взаимоотношений с властью, который нельзя назвать наилучшим для содействия популярности печатных изданий в обществе. Направленность газеты в сторону официального мнения, не совпадающего с общественным или даже противостоящего ему, обычно понижает авторитет газеты в массовой аудитории. Согласно исследованию посвященному свободе российской прессы, проведенному Фондом защиты гласности, Республика Мордовия вошла в число регионов с несвободной прессой. По данным проведенного нами опроса студентов 80 % будущих журналистов уже сталкивались с зависимостью от властных структур. Ответ «нет, но слышал или наблюдал среди коллег» выбрали 13 % респондентов. Таким образом, только 7 % опрошенных не сталкивались с давлением со стороны власти. Учитывая, что не все студенты-старшекурсники имеют достаточный опыт работы, чтобы успеть столкнуться со всеми реалиями профессии, можно сделать вывод, что свобода слова находится в республике на низком уровне. Этот вывод подкрепляется наличием в регионе всего одного оппозиционного издания («Эрзянь мастор»), доступ к которому жители

практически не имеют (маленький тираж, отсутствие интереса со стороны русскоязычного населения).

Таким образом, сейчас единственным объективным показателем благополучия или неблагополучия газеты является реальный читательский спрос. Высокая востребованность говорит о продуктивной работе газеты, низкая – о противоречии с информационным предложением. Крайне важным является то, чье мнение выражает газета – общественное или официальное. Общественное мнение должно представлять мнение разнородной массы людей. К беспристрастному отражению коллективно обобщенного интереса населения региона газеты Мордовии пока не готовы. Для эффективной работы современной прессы нужна меньшая политическая зависимость периодических изданий от властных структур. А для этого газеты должны стремиться повышать свою независимость с помощью адекватного отражения социально-экономических интересов населения республики по актуальным вопросам и большей опоры на плюрализм мнений.

Во второй главе **«Инструментальная роль региональной прессы в формировании общественного мнения»** автор делает попытку проанализировать особенности взаимодействия прессы в регионе с властными структурами, определить, зависит ли доверие аудитории от качества журналистской информации, а также выявить наиболее эффективные методы влияния газетного текста на общественное мнение. Глава состоит из трех параграфов.

В первом параграфе **«Пресса и механизмы формирования общественного мнения»** всесторонне рассматривается влияние печатных СМИ на механизмы формирования общественного мнения. В Республике Мордовия сегодня де-факто и де-юре существуют государственные и негосударственные газеты. Они находятся далеко не в равных условиях. Отношение власти к «своей» прессе мало изменилось по сравнению с советским периодом – существуют различные варианты финансовой поддержки подобных изданий. Для коммерческой прессы характерны такие формы взаимодействия с властью, как договоры на информационное обслуживание власти, разные виды социального заказа и др. В

регионе насчитывается только 12 газет, в состав учредителей которых входят органы власти, однако полностью независимым нельзя назвать ни одно печатное СМИ информационно-новостного характера. Подчинение происходит, прежде всего, из-за недостаточной материальной обеспеченности газет, особенно проявившейся в годы кризиса. Таким образом, властные структуры остаются влиятельным субъектом регионального информационного пространства, имеющим большие возможности для воздействия на общественное мнение.

Газеты, имеющие бóльшую экономическую зависимость («Известия Мордовии»), соответственно больше газетной площади посвящают деятельности власти. Они информируют о постановлениях и указах правительства, затрагивают актуальные для населения проблемы, пытаются разобраться в нарушениях прав населения по различным вопросам, регулярно публикуют обращения власти, поздравляют первых лиц с юбилеями, используя стилистически окрашенные слова и выражения. Резкие критические выпады не характерны для данных газет. Они чаще не мотивируют свою оценку и стараются воздействовать на читателя через эмоции, имплицитно. Такие издания с полным правом можно отнести к официозным.

Коммерческая пресса («Столица С») освещению деятельности властных структур отводит меньше газетного пространства. Встречается здесь и критика, впрочем ее объектом служит в основном работа должностных лиц на федеральном уровне, т. е. тех от кого газеты наименее зависимы. И все же такие газеты можно охарактеризовать как относительно независимые.

Несмотря на то, что районная и национальная пресса («Маяк», «Мокшень правда», «Эрзянь правда», «Юлдаш») в какой-то мере зависима от власти (учредительство, финансирование из бюджета), но по своей специфике стремится угадывать предпочтения аудитории и быть ближе к читателю. Поэтому для нее характерна мотивированная открытая оценка деятельности власти, нередкое использование жанра репортажа.

На первое место современная республиканская пресса ставит местные и региональные проблемы. Гораздо меньше публикаций посвящено политическим темам федерального уровня. По нашему мнению, важнейшей задачей

региональной печати должно быть именно качественное освещение основных событий и явлений своего города, района и региона. Однако чрезмерное сосредоточение внимания на позициях и деятельности власти может привести к перевесу официального мнения и игнорирования мнения общественного. Поэтому нужно обращать внимание прежде всего на следующие аспекты: 1) пояснение того, как конкретные действия власти могут оказать влияние на жизнь общества; 2) рассуждение и более глубокий анализ поставленной проблемы, т. е. использование аналитических жанров журналистики; 3) активная работа с аудиторией – обращения к письмам, проблемам отдельных людей; 4) отслеживание затронутых проблем, стремление донести их до власти и добиться их решения; 5) объективность в освещении деятельности власти; 6) отражение противоположных точек зрения на актуальные проблемы, дискуссионные публикации; 7) отношение к аудитории как к равноправному субъекту взаимодействия.

Во втором параграфе **«Характер и способы воздействия прессы на общественное мнение»** отмечается, что формирование и функционирование человека в современном обществе происходит в мегаинформационном пространстве, созданном массмедиа. Опосредованное влияние на общественное мнение и поведение начинает доминировать над силовыми методами. Повлиять же на аудиторию можно лишь после того, как внимание читателя будет привлечено к написанному в газете. Использование газетами различных принципов подготовки и подачи информации успешно активизирует интерес читателей к общественно значимой информации, делая их соучастниками информационно-коммуникативных процессов общества. Соотнеся частоту употребления выделенных в исследовании принципов и популярность издания, можно сделать вывод, что преобладающее значение для стимулирования внимания общественности к той или иной теме в региональной прессе имеют: 1) привлечение неординарных фактов, в основном это публикации о преступлениях и происшествиях; 2) новизна, т. е. любая информация, которая является сенсацией или может быть выдана за нее посредством умелого использования корреспондентом газетно-публицистического стиля. Такие принципы, как

приоритетность темы для аудитории и привлечение в качестве источника информации лиц, имеющих высокий статус, также активно используются региональной прессой для привлечения внимания конкретной социально значимой или незначимой проблеме и тем самым помогают внедрению ее в сознание аудитории. А газеты, способные привлечь внимание к стихийному бедствию или преступному деянию, могут аналогичным образом пробудить интерес к любым другим проблемам.

В процессе исследования региональной прессы были выявлены методы влияния на сознание, которые наиболее активно используются изданиями Республики Мордовия с целью воздействия на общественное мнение: 1) демонстрация «правильного мышления»; 2) «привязка» к опыту аудитории; 3) «привязка» к возможности проверки сообщения аудиторией; 4) опора на плюрализм мнений; 5) «перевес» однозначных мнений; 6) формирование стереотипов; 7) процесс запоминания, повторы; 8) привлечение «частных агентов воздействия»; 9) создание имиджа; 10) опубликование результатов опросов «общественного мнения»; 11) скрытая реклама.

Каждый из этих методов успешно выполняет свои функции на страницах региональной прессы. В качестве наиболее часто используемых можно выделить: создание имиджа, «перевес» однозначных мнений, привлечение «частных агентов воздействия». Такая ситуация свидетельствует о стремлении печатных СМИ управлять сознанием и поведением людей. Использование журналистики в качестве средства формирования имиджа (республики, города, отдельных людей) может служить подтверждением зависимости прессы от властных структур.

В третьем параграфе **«Качество массовых информационных потоков как фактор доверия аудитории»** наблюдается, что знания, полученные через прессу, дополняют жизненный опыт человека. Получение новой информации активизирует мышление аудитории, создает условия для усвоения теоретических убеждений и закрепления их с помощью свежих фактов.

В современном информационном обществе печатное издание может оказывать воздействие на общественное мнение, лишь пользуясь спросом у

своей аудитории. Первым признаком, говорящим о спросе на рассмотренные в работе газеты, является такой количественный показатель, как тираж. Эксперты говорят о востребованности проанализированных нами изданий у читательской аудитории, достоверности и качестве предоставляемой информации. Самым важным фактором понимания информации является доверие аудитории к ее источнику. Если издание теряет доверие читателей, оно перестает властвовать над ними. Качество массовых информационных потоков напрямую зависит от профессиональной позиции журналистов, от качества создаваемых ими материалов, от доверия предлагаемой аудитории информации. Последний фактор, пожалуй, самый серьезный с точки зрения эффективности влияния массовой информации на сознание.

Можно сделать вывод, что читатели доверяют газете по следующим причинам: издание рассказывает о событиях родного города, района, села, т. е. близость региональной и районной прессы к читателю; отражение правдивых, достоверных фактов; отсутствие непроверенной, двусмысленной информации и слухов; освещение разных точек зрения на происходящие события; нечастое использование элементов жаргонной речи; публикации на родном языке (для национальных газет).

Однако кроме такого показателя, как доверие аудитории, существенное влияние на спрос оказывает то, как газета подает и интерпретирует факты и чем привлекает внимание аудитории к статьям. Большую роль в расширении круга читателей сейчас играют появившиеся почти у каждого регионального издания электронные версии, которые регулярно обновляются, имеют формы для работы с читателем (обратная связь, форумы, голосования). Газеты имеют также представительства в социальных сетях, что, несомненно, рассчитано на привлечение внимания молодежи. Кроме того, газеты используют стандартные, сохранившиеся с советского периода методы работы: проводят собственные опросы общественного мнения, конкурсы, публикуют письма и рассказы читателей и т. д.

Исследование показало, что газета «Столица С», использующая слухи, не гнушающаяся двусмысленной, непроверенной информации, муссирующая

жаргонизмы, тем не менее занимает лидирующее положение по тиражам. Респонденты, участвовавшие в опросе студентов, выказали невысокую степень доверия к данному изданию. Таким образом, создается двойственная ситуация: аудитория хочет видеть прессу, предоставляющую качественную, достоверную информацию, которой можно было бы доверять, и вместе с тем мирится с наличием в газетах материалов, которые их возмущают, продолжает потреблять данный информационный продукт из-за наличия в нем всех перечисленных выше факторов, активизирующих внимание общества. Подобное положение может привести к тому, что как только на информационном рынке появится издание, столь же привлекательное для аудитории, но использующее только проверенную, достоверную информацию, большая часть потребителей отдаст приоритет ему.

В **заключении** формулируются практические рекомендации, подводятся итоги исследования:

1. Газетная пресса, склонная к аналитичности и поддерживаемая традиционной верой в печатное слово, по-прежнему занимает важное место в медиасистеме Мордовии, располагая значительными ресурсами для передачи информации, успешно конкурируя с новыми видами массмедиа, имея возможность аргументированно доказать свою точку зрения.

2. Исследование показало, что контроль прессы со стороны властных структур Мордовии существует, прежде всего из-за материальной несамостоятельности газет, поэтому печатные издания должны стремиться повышать свою экономическую независимость с помощью адекватного отражения социально-экономических интересов населения республики по актуальным вопросам и большей опоры на плюрализм мнений.

3. Пресса Мордовии умело привлекает внимание общества к освещаемым темам посредством публикаций о рядовом человеке, действительных сенсаций или выданных за них материалов, использования различных жанров публицистики, употребления жаргонной, просторечной лексики, текстов на национальных языках, тем самым внедряя информацию в сознание аудитории.

4. Газеты служат средством формирования имиджа республики, города, избранных лиц, в публикациях многократно используется метод «перевеса» однозначных мнений, что доказывает несвободное положение прессы в исследуемом регионе.

5. Для сохранения доверия и спроса на информационный продукт работникам печатных изданий можно рекомендовать опору на точное, объективное освещение событий, активную работу с читательской аудиторией, использование в работе новых медиатехнологий, преобладание в информационной повестке региональных и районных новостей, доминирование аналитики в газете, участие в различных федеральных конкурсах и грантах и другие.

**Основные положения диссертационного исследования отражены в следующих публикациях:**

***Публикации в научных журналах, рекомендованных ВАК РФ.***

1. Дементьева К. В. Региональный аспект взаимодействия прессы и власти / К. В. Дементьева, П. Ф. Потапов // Регионология: научно-публицистический журнал. – Саранск: Красный Октябрь, 2/2010 (№71). – С. 225-229.

2. Дементьева К. В. Стимулирование внимания общественности к региональной прессе // Регионология: научно-публицистический журнал. – Саранск: Красный Октябрь, 1/2011 (№74). – С. 216-220.

3. Дементьева К. В. Воздействие региональной прессы на общественное мнение // Вестник Чувашского университета. Гуманитарные науки: научный журнал. – Чебоксары: Изд-во ЧГУ, 4/2011. – С. 299-303.

***Публикации в зарубежных научных журналах, рекомендованных ВАК.***

4. Дементьева К. В. Диспозиция общественного и официального мнения в социально-политической жизни региона // Наукові праці Кам'янець-подільського національного університету імені Івана Огієнка: Філологічні науки. випуск 25. – Кам'янець-Подільський: ПП «медобори-2006», 2011. – С. 117-120.

***Список публикаций в других изданиях.***

5. Дементьева К. В. Пресса Мордовии: современные проблемы // СМИ в условиях глобальной трансформации социальной среды: Материалы

Всероссийской научно-практической конференции «Журналистика 2007». – М.: МедиаМир, 2008. – С. 222.

6. Дементьева К. В. Общественное мнение и СМИ: диалектика взаимодействия // XXXVI Огаревские чтения: Материалы научной конференции. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2008. – С. 263-264.

7. Дементьева К. В. Роль СМИ Республики Мордовия в освещении избирательных кампаний 2007-2008 гг. // Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики: Актуальные проблемы современной журналистики: Материалы V юбилейной Международной научно-практической конференции. Тольятти: Волжский университет им. В.Н.Татищева, 2008. – С. 375-382.

8. Дементьева К. В. Формирование общественного мнения в период проведения избирательных кампаний // Социальные и гуманитарные исследования: традиции и реальности (Межвузовский сборник научных трудов). – Вып. VI. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2008. – С. 155-159.

9. Дементьева К. В. Общественное мнение в контексте взаимоотношений власти и средств массовой информации // XIII научная конференция молодых ученых, аспирантов и студентов Мордовского государственного университета имени Н. П. Огарева: Материалы научной конференции: в 2 ч. Ч. 1: Гуманитарные науки. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2008. – С. 97-98.

10. Дементьева К. В. Формирование слухов в СМИ и их влияние на общественное мнение // Журналистский проспект: научно-публицистический альманах кафедры современной журналистики и общественного мнения Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарева. – Саранск: Красный Октябрь, 2008. – №2. – С. 116-122.

11. Дементьева К. В. Интернет-журналистика Республики Мордовия как средство формирования общественного мнения // Мультимедийная журналистика Евразии-2008: информационные войны, партизанский маркетинг, кризисные коммуникации Востока и Запада: Материалы международной научно-практической конференции. – Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 2008. – С. 107-109.

12. Дементьева К. В. Методы воздействия СМИ на общественное мнение в информационном пространстве Мордовии // Актуальные проблемы лингвистики

и журналистики: Материалы Международной научно-практической конференции. – Ростов-на-Дону: Изд-во Ростовского ун-та, 2008. – С. 156-158.

13. Дементьева К. В. Правовые нормы, регулирующие деятельность СМИ // XXXVII Огаревские чтения: Материалы научной конференции: в 3 ч. Ч. 1. Гуманитарные науки. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2009. – С. 100-101.

14. Дементьева К. В. Взаимоотношение власти и прессы в Республике Мордовия // Нижегородская журналистика: история и современность: Сборник материалов научно-практической конференции, посвященной 170-летию выхода в свет газеты Нижегородские губернские ведомости». – Н.Новгород: ННГУ, 2009. – С. 112-114.

15. Дементьева К. В. “Слова ў кантэксте часу”: Слова ў кантэксте часу: да 80-годдзя доктара філалагічных наук, прафесара Аркадзя Іосіфавіча Наркевіча: зб. навук. прац / пад агул. рэд. В.І. Іўчанкава. – Мінск: Адукацыя і выхаванне, 2009. – С. 146-147.

16. Дементьева К. В. Власть и СМИ: точки соприкосновения // Журналистика: история и современность: Материалы Международной научно-практической конференции. – Ростов-на-Дону: Изд-во НМЦ «ЛОГОС», 2009. – С. 12-13.

17. Дементьева К. В. Общественное мнение как одна из подструктур массового сознания // XIV научная конференция молодых ученых, аспирантов и студентов Мордовского государственного университета имени Н. П. Огарева: Материалы научной конференции: в 2 ч. Ч. 2: Гуманитарные науки. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2010. – С. 65-66.

18. Дементьева К. В. Власть и пресса: диспозиция отношений / К. В. Дементьева, П. Ф. Потапов // XXXVIII Огаревские чтения: Материалы научной конференции: в 3 ч. Ч. 1: Гуманитарные науки. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2010. – С. 98-99.

19. Дементьева К. В. Региональные СМИ в новых социально-политических условиях // Информационное общество и журналистское образование: социокультурные парадигмы XXI века: Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 30-летию журналистского образования в Мордовском государственном университете

имени Н. П. Огарева. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2010. – С. 65-66.

20. Дементьева К. В. Печать и общественное мнение в эпоху цифровых технологий // Мультимедийная журналистика Евразии-2010: Материалы IV Международной научно-практической конференции. – Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 2010. – С. 119-123.

21. Дементьева К. В. Опора на плюрализм мнений как метод воздействия на общественное мнение // Научно-практический журнал «Психология. Социология. Педагогика» – Москва: Варяг, 1/2010 (№1). – С. 41-42.

22. Дементьева К. В. Процесс сохранения и повторы как метод воздействия прессы на общественное мнение // Научный журнал «Lingua mobilis». – Челябинск: Два комсомольца, 2/2011 (№28). – С. 97-101.

23. Дементьева К. В. Особенности воздействия прессы на сознание аудитории // Вестник Мордовского университета. Серия «Филологические науки»: научно-публицистический журнал. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 1/2011. – С. 190-191.

24. Дементьева К. В. Воздействие региональной прессы на массовое сознание // Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики: Гуманитарные и социальные науки, образование: в 4 ч. Ч. 4: Материалы VIII Международной научно-практической конференции. – Тольятти: ВУиТ, 2011. – С. 37-44.

25. Журналист как субъект-посредник в системе отношений «власть-народ»: региональный аспект // Мультимедийная журналистика Евразии – 2011: традиции и инновации Востока: Материалы V Международной научно-практической конференции. – Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 2011. – С. xx-xx.

26. Дементьева К. В. Качество информационных потоков в региональной прессе // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Материалы юбилейной 50-й Международной конференции. – URL: <http://rus.jf.spbu.ru/conference/1205/1206-gr2.html>

27. Дементьева К. В. Место прессы в системе средств массовой информации: региональный аспект // Вторые Конкинские чтения: сборник материалов Всероссийской научной конференции с международным участием. – Саранск:

Изд-во Мордов. ун-та, 2011. – С. 81-85.

28. Дементьева К. В. Способы манипулирования аудиторией региональными массмедиа // Актуальные проблемы филологии и журналистики: Сборник статей, обобщающих результаты исследований молодых преподавателей, аспирантов и студентов филологического факультета МГУ им. Н. П. Огарева. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2011. – С. 99-102.