

# Формирование и развитие территориальных сообществ

УДК 316.774

ББК 60.524.224.52

© Молодов О.Б.

## РЕГИОНАЛЬНЫЕ И МЕСТНЫЕ СМИ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ: КОНТЕНТ-АНАЛИЗ



**МОЛОДОВ ОЛЕГ БОРИСОВИЧ**

кандидат исторических наук, старший научный сотрудник отдела исследования уровня и образа жизни населения

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки

Институт социально-экономического развития территорий Российской академии наук

E-mail: common@vscc.ac.ru

*В современном российском обществе особую роль во взаимодействии власти и населения играют средства массовой информации (далее – СМИ). Тенденцией последних лет стала регионализация рынка печатной продукции и отчасти телевидения – ведущих источников получения информации об экономической, политической и культурной жизни. Значительные возможности влияния СМИ на формирование общественного сознания широко используются областными и местными органами власти в первую очередь для формирования собственного имиджа. В связи с этим наибольший интерес для исследования представляет сравнительный анализ содержания региональных и городских масс-медиа.*

*В качестве основных источников информации были отобраны печатные и электронные СМИ Вологодской области, среди которых газеты «Красный Север» и «Речь», а также линии новостей ТРК «Русский Север», «Новости Вологды» и «Новости Череповца». Анализ новостного контента заключался в распределении информации по 11 группам с условными названиями и в дальнейшей обработке результатов. Итогом исследования стало ранжирование новостей по рейтингу в областных и городских масс-медиа и выявление приоритетных направлений в содержании указанных СМИ. На основе мониторинга ИСЭРТ РАН даны характеристика отношения населения Вологодской области к СМИ и оценка их роли в современном обществе. В заключительной части работы приводятся рекомендации по повышению эффективности реализации основных функций региональных и местных медиа-изданий.*

*Государство, общество, СМИ (масс-медиа), региональные СМИ, интернет, новости, контент-анализ.*

В информационном обществе знания и информация становятся решающими инструментами в управлении социумом. СМИ превращаются в важнейший источник формирования общественных стереотипов и образцов массового поведения людей. Особенностью современной России является то, что медиаполитическая система характеризуется высокой концентрацией государственных и муниципальных СМИ [8, с. 226-227]. Наиболее прочную и активную позицию, в том числе на региональном уровне, занимают масс-медиа, финансируемые из государственного бюджета или поддерживаемые крупными корпорациями. В Вологодской области это газета «Красный Север» (учредитель – Правительство области) и городская газета г. Череповца «Речь», входящая в холдинг «Медиа-центр», принадлежащий ОАО «Северсталь». Это ежедневные печатные издания, распространяемые по подписке и в свободной продаже и выделяющиеся значительным тиражом, что и послужило причиной их выбора для сравнительного исследования.

В результате в медиа-пространстве порой складывается противоречивая ситуация: одни издания создают исключительно положительный образ власти, например, «Красный Север» и «Наша Вологда», а другие публикуют о ней в основном критические заметки: газеты «Русский Север» (до 2009 года) и «Череповецкая истина». Большинство многотиражных газет региона являются рекламными еженедельниками, не содержат общественно значимых материалов и распространяются бесплатно по месту жительства и в торговых центрах. Областная общественно-политическая газета, содержащая объективную и непредвзятую информацию об актуальных проблемах, в настоящее время отсутствует. Данная ситуация характерна для медийного пространства и остальных регионов России.

Сегодня СМИ отводится роль проводников между государством и обществом, создающих преимущественно положительный образ власти. Однако для выполнения своих задач они должны обеспечивать оперативное, полное и объективное изложение информации о происходящих событиях и пользоваться доверием граждан.

Важным трендом в развитии СМИ является регионализация печатного рынка [9, с. 68]. Считается, что информация в региональных изданиях в большей степени соответствует интересам и нуждам читателей, особенно в национальных субъектах федерации [2, с. 57]. Поэтому изучение региональных СМИ, их содержания и отношения к ним граждан является актуальной проблемой для исследования.

Целью настоящей статьи стал анализ контента новостей, публикуемых в СМИ Вологодской области, городов Вологды и Череповца, его соответствия реальным потребностям и проблемам жителей региона и отношения населения к средствам массовой информации.

На основе опыта предыдущих исследований некоторых российских и региональных масс-медиа [11, 12, 15] в 2013 году был проведен анализ ряда СМИ, работающих на территории Вологодской области. Среди них:

- 1) областная телерадиокомпания «Русский Север» [17];
- 2) областная официальная газета «Красный Север» [16];
- 3) «Новости Вологды» на официальном сайте Администрации г. Вологды [13];
- 4) «Новости Череповца»: лента новостей онлайн [5];
- 5) общественно-политическая газета г. Череповца «Речь» [14].

Новости ТРК «Русский Север», «Новости Вологды» и «Новости Череповца» размещены на соответствующих сайтах, публикуются в виде перечня событий и имеют архив материалов за предыду-

щие годы. Эти обстоятельства предоставляют возможность анализа всех перечисленных новостей за определённый период.

Архив периодических изданий «Красный Север» и «Речь» имеется в полнотекстовом виде. Для их исследования применялась механическая выборка, объём которой определялся по формуле, используемой при анализе периодических изданий в гуманитарных науках [18, с. 63]:

$$n = \frac{N \times t \times p \times q}{N \times m_{\text{доп}} + t^2 \times p \times q},$$

где: n – объём выборки,

N – генеральная совокупность изданий,

t – коэффициент достоверности, равный 2,

p x q – вероятность появления события;

р<sub>max</sub> = 0,5; q<sub>max</sub> = 0,5,

m<sub>доп</sub> = допустимая ошибка: 0,01 < m < 0,05.

По содержанию новости были разделены на 11 групп с условными названиями (табл. 1). При выборе тем за основу была взята классификация Ю.И. Мухина, изложенная в работе «Тирания глупости», которая по причине специфики региональных СМИ подверглась существенной переработке [11, с. 20-21].

Анализ содержания региональных СМИ показал, что в них преобладают новости культурной жизни (21% от общего числа новостей) и информация о деятельности органов государственной

власти (губернатора, правительства и его подразделений) и органов местного самоуправления (12 – 14%).

В группе «лидеров» новостного контента находятся и криминальные новости, составляющие 10 – 12% общего объёма информации. Примечательно, что доля этих групп новостей в официальной газете «Красный Север» и ТРК «Русский Север» совпадает (табл. 2).

В «Русском севере» чаще других упоминаются проблемы ЖКХ, занимающие 13% содержания, в «Красном Севере» их доля составляет только 4 – 6%. Судя по частоте упоминания, значимыми для СМИ являются новости спорта (5 место) и сообщения о чрезвычайных ситуациях (6 – 7 место в рейтинге).

Существенных различий в доле и рейтинге новостей в 2012 и 2013 гг. анализ не выявил. Незначительно изменилась только расстановка приоритетной тематики. Доля приоритетной информации ТРК «Русский Север» в первом полугодии 2012 года составляла: «Новости культуры» – 19%, «Власть» – 14%, «ЖКХ» – 13%. В первом полугодии 2013 года «тройка» лидеров незначительно изменилась: «Новости культуры» – 21%, «ЖКХ» – 13%, «Власть» – 12%.

Удельный вес отдельных групп новостей ежемесячно и ежеквартально имеет незначительные колебания. Отдельные «всплески» объясняются сезонным или времен-

Таблица 1. Классификация новостей по содержанию

№ п/п	Тематика блока новостей	Содержание блока новостей
1	Криминал	преступления, правонарушения, преступники, деятельность правоохранительных органов
2	Чрезвычайные происшествия	смерти, аварии, эпидемии, несчастные случаи
3	Новости культуры	события в сфере культуры, религии, науки, туризма, массовые мероприятия
4	Власть	деятельность губернатора области, глав городов, государственных и муниципальных служащих, депутатов представительных органов
5	Закон	изменения федерального и регионального законодательства, законодательные инициативы, локальные нормативные акты
6	ЖКХ	жилищно-коммунальное хозяйство города/области, благоустройство, транспортные проблемы
7	Социальная сфера	социальная помощь, благотворительность, помощь бездомным животным
8	Спорт	спортивные события, люди спорта
9	Образование	деятельность учреждений образования, учителя, достижения учащихся и студентов
10	Здравоохранение	проблемы медицинских учреждений, врачи, здоровый образ жизни
11	Разное	прогнозы погоды, анонсы космических явлений, новости операторов сотовой связи и т. п.

Таблица 2. Рейтинг содержания новостей в областных СМИ (первое полугодие 2012 и первое полугодие 2013 гг.)

№ п/п	Содержание новостей	«Красный Север»			«Русский север»			общий рейтинг
		доля новостей (%)		рейтинг	доля новостей (%)		рейтинг	
		2012 г.	2013 г.		2012 г.	2013 г.		
1	Криминал	10,5	8,8	3 – 4	12,3	11,4	4 – 5	3 – 4
2	Чрезвычайные происшествия	4,6	4,2	7	9,6	12,1	4 – 5	6 – 7
3	Новости культуры	17	20,7	1	18,6	20,7	1	1
4	Власть	13,3	12,3	2	13,8	12,2	2 – 3	2
5	Закон	2,7	5,4	8	2,2	2,9	10	9
6	ЖКХ	4,3	5,9	5 – 6	12,5	13,4	2 – 3	3 – 4
7	Социальная сфера	6,4	4,4	5 – 6	7,1	6,4	6	6 – 7
8	Спорт	11	8,5	3 – 4	6,4	6,4	7	5
9	Образование	3,6	3	9	5,8	5,4	8	8
10	Здравоохранение	1,9	2,3	10	2,4	3,2	9	10

Источник: Рассчитано автором.

ным характером некоторых явлений и событий. В частности, по области заметен рост числа новостей в разделе «Чрезвычайные происшествия» во втором квартале (апрель – июнь) 2012 и 2013 гг., поскольку для этого периода характерно увеличение количества сводок о весенних паводках на крупных реках, активизации клещей и т. п. Проблемы ЖКХ и благоустройства чаще освещаются также в весенние месяцы, особенно в городских СМИ, что связано с таянием и уборкой снега на территории городов, проведением субботников и др.

Рост интереса СМИ к деятельности региональной власти ярко проявляется в первом квартале (точнее, в январе – феврале) 2012 года, что объясняется появлением нового губернатора Вологодской области О.А. Кувшинникова, формировавшего свою команду с помощью методов «народного голосования» в том числе в электронных СМИ. В первом квартале 2012 года доля подобных новостей на ТРК «Русский Север» составляла 17, а во втором уже 11%.

Наименьший интерес областные СМИ проявляют к вопросам здравоохранения (2 – 3% новостей) и правовой информации. Новости, касающиеся законодательных инициатив и вступления в силу нормативных актов, занимают не более 3% от общего объема информации. Несколько больше удельный вес юридического контента (в первом полугодии 2013 года –

более 5%) заметен в газете «Красный Север», поскольку в ней как в официальном источнике публикуются все региональные нормативные акты (см. табл. 2).

Таким образом, как показывают исследования, за региональными СМИ в последние годы закрепились имиджевая функция, которая заключается в формировании благоприятного отношения к власти, её деятельности и лидерам [7, с. 71-72]. Часть масс-медиа, будучи зависимыми от бюджетных средств и помощи спонсоров, вынуждены заниматься пиаром местных руководителей, в результате чего в прессе практически отсутствуют какие-либо критические публикации о работе органов власти. Кроме того, приоритетами областных СМИ становятся вопросы культуры и жилищно-коммунальные проблемы (дороги, транспорт, состояние жилищного фонда).

Масс-медиа муниципального уровня (в данном случае – двух крупных городов Вологодской области) должны быть ещё больше приближены к своему потребителю, чем региональные. Как показало исследование, городские СМИ Вологды и Череповца по содержанию существенно отличаются в зависимости от территории их распространения. Общей их чертой является преобладание новостей культуры, занимающих 21 – 26% контента. Примерно равное внимание уделяется в городских масс-медиа проблемам

ЖКХ (9 – 15%), что объясняется их местным уровнем и, соответственно, ростом значимости вопросов коммунального хозяйства, состояния дорог и транспорта (табл. 3).

Среди приоритетов вологодских городских СМИ события культуры (26% новостей), новости спорта (11%) и образования (10%), а также проблемы социальной сферы (8%).

В новостях Вологды и Череповца информация о деятельности властных структур занимает от 4 до 7% общего количества новостных сообщений, причём в «Новостях Вологды» как областной столицы их доля несколько выше. В СМИ областного центра за первое полугодие 2012 года информация о политической жизни достигла 10% общего объёма новостей, поскольку в них широко освещалась подготовка к президентским выборам. В первом квартале 2012 года 47 сообщений (около 3% от общего числа) непосредственно касались проблем избирательного процесса. После объявления официальных результатов выборов Президента РФ 7 марта 2012 года удельный вес информации о политической жизни в СМИ г. Вологды во втором квартале снизился с 10 до 6%. В числе «аутсайдеров» рейтинга (как и на областном уровне) остаются вопросы здравоохранения (2 – 3%), а также правовая информация (1 – 3%).

Череповецкие СМИ в основном сосредоточены на проблемах преступности, которой посвящается 19 – 23% новостей. Значительный удельный вес криминальных новостей объясняется не более высоким уровнем преступности в этом индустриальном центре по сравнению с Вологодой, а наличием постоянной рубрики «Происшествия», формируемой по сводкам городского УМВД.

Ещё одной особенностью СМИ г. Череповца, ярко проявляющейся в газете «Речь», является значительное количество информации (более 40%), не охватываемой выделенными тематическими блоками. В разделе «Разное» существенную часть новостей занимают сообщения о градообразующих предприятиях города – металлургическом комбинате «Северсталь» и химическом холдинге «ОАО «Фос-Агро-Череповец». Поскольку рубрикатор формировался на основе областных СМИ и изданий областного центра, где подобные новости практически отсутствуют, выделить новости промышленности в отдельную рубрику представлялось нецелесообразным. Поэтому специфику новостей индустриального центра Вологодчины в полной мере отразить не удалось.

На страницах вологодской региональной прессы, как и в иных областных и республиканских изданиях, обычно пре-

Таблица 3. Рейтинг содержания новостей в городских СМИ (первое полугодие 2012 и первое полугодие 2013 гг.)

№ п/п	Содержание новостей	«Новости Вологды» (2012 г.)		«Новости Череповца» (2012 г.)		«Речь» г. Череповец (2013 г.)		Общий рейтинг
		доля новостей (%)	рейтинг	доля новостей (%)	рейтинг	доля новостей (%)	рейтинг	
1	Криминал	3,9	8	23,5	1	19,4	2	6 – 7
2	Чрезвычайные происшествия	7,9	6	9,6	3	6,6	7 – 8	5
3	Новости культуры	25,9	1	22,6	2	20,9	1	1
4	Власть	7,4	7	4	6 – 7	9,1	4	4
5	Закон	0,9	10	2,6	9	2,9	10	10
6	ЖКХ	9,9	3	8,9	4	14,5	3	2
7	Социальная сфера	8,2	5	3,2	8	8,3	6	8
8	Спорт	11,3	2	8,8	5	8,7	5	3
9	Образование	9,8	4	4	6,7	6,6	7-8	6 – 7
10	Здравоохранение	3,1	9	2,3	10	3	9	9

валирует информация, ориентированная исключительно на потребительские интересы читателя и сенсации (культура, криминал и чрезвычайные происшествия). При этом существует специфика в содержании различных СМИ (табл. 4). Общими чертами новостного контента вологодских медийных источников являются приоритет новостей культуры и недостаточное, на наш взгляд, освещение социальных проблем. Очевидно, что информационные материалы, имеющие развлекательно-сенсационную направленность, формируют и закрепляют в обществе идеологию потребления [8, с. 230]. В условиях рыночной экономики масс-медиа вынуждены заботиться прежде всего о рейтинге своей продукции и её продаваемости, поэтому в них преобладает сенсационно-развлекательный контент. Кроме того, большинство потребителей ожидает от СМИ именно такой информации, а на проблемно-аналитические материалы сориентированы немногие. «Перекося» содержания источников информации в сторону индустрии развлечений порождает у населения желание уйти от реальности и существующих социальных проблем (эскейпизм), пассивность и примиренчество.

Однако, по данным мониторинга ИСЭРТ РАН, в 2011 – 2013 гг. жители области считали наиболее острыми проблемы социально-экономического характера, связанные в основном с их материальным положением. В 2013 году население выделяло прежде всего такие проблемы, как инфляция (60%), неудовлетворительное качество дорог и состояния ЖКХ (41%), низкая доступность

жилья (39%), бедность (32%), недоступность здравоохранения и низкое качество медицинских услуг (30%). Результаты исследования показали, что содержание СМИ Вологодской области и её крупных городов не в полной мере отражает социально-экономические проблемы населения, представляя потребителю преимущественно события культурной жизни, а также криминальные новости и чрезвычайные происшествия. Безусловно, читателям и зрителям требуется освещение самых разных событий и явлений, в том числе развлекательного характера. В то же время люди нуждаются в объективном отражении в масс-медиа своих насущных проблем, которого, как показало исследование, в региональных СМИ недостаточно. Это, в частности, подтверждается результатами мониторинга общественного мнения ИСЭРТ РАН, которые показывают, что 30 – 35% населения стабильно отмечает недостаточность информации о политической и экономической жизни в стране и регионе.

Как следствие, постепенно снижается оценка роли СМИ в современном обществе. В 2013 году об отрицательной роли масс-медиа заявил 21% населения региона, и доля негативных оценок имеет тенденцию к возрастанию. Лишь 53% жителей области положительно оценивают роль СМИ (рисунки).

Только 30% жителей области доверяют СМИ, а 28% им не доверяют. Как показывают исследования, низкий уровень институционального доверия к масс-медиа негативно влияет на становление гражданского общества [6; 10]. В связи с

Таблица 4. Сравнительная таблица содержания новостей региональных и городских СМИ

Основные черты содержания новостей	Областные СМИ	Городские СМИ	
		Вологда	Череповец
Приоритет новостей культурной жизни	+	+	+
Значительная доля новостей о деятельности органов государственной власти	+	-	-
Недостаточное внимание вопросам образования, здравоохранения и социальной сферы	+	+	+
Значительная доля криминальных новостей	-	-	+
Значительная доля новостей промышленности	-	-	+

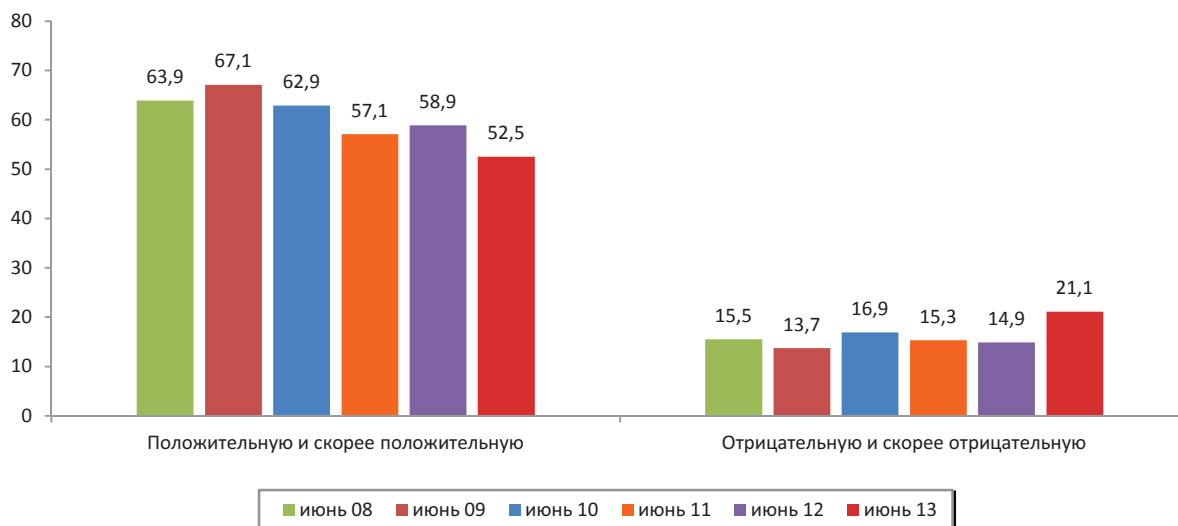


Рисунок. Как Вы считаете, какую роль в жизни страны играют газеты, радио и телевидение?  
(% от числа опрошенных)

низкими оценками деятельности изданий более 20% населения являются сторонниками введения цензуры СМИ.

В противовес традиционным СМИ менее подцензурным источником информации является интернет, роль которого в политической и экономической жизни продолжает расти. Доля жителей области, получающих с его помощью новости о политических и экономических событиях, составила в 2011 году – 25%, в 2012 году – 26%, в 2013 году – 35%. В последние годы региональные и муниципальные органы власти активно используют возможности интернета: размещают официальные сайты и необходимые для граждан сетевые ресурсы, а также личные страницы в популярных социальных сетях. В Вологодской области результатом успешного «освоения» электронных СМИ стало лидирующее положение губернатора О.А. Кувшинникова в рейтинге открытости среди глав субъектов Российской Федерации в 2012 – 2013 гг.

Однако, как показали результаты фокус-групп, проведённых ИСЭРТ РАН в ноябре 2013 года, лишь немногие жители области пользуются электронными ресурсами властных структур и посещают

персональные страницы руководителей региона и областного центра. Несмотря на широкую рекламу проекта «Команда губернатора», большинство респондентов не принимали участия в голосованиях и не выдвигали свои кандидатуры на руководящие должности в Правительстве области. Участники фокус-группы из числа молодёжи объяснили свою пассивность отсутствием интереса к политической жизни региона, а также недоверием к данным процедурам («всё решено заранее»). Прозвучало также мнение о том, что целью этих проектов является повышение рейтинга открытости власти, а не эффективности её деятельности. Некоторые вологжане, относящиеся к старшему поколению, высказали сомнение, что высшие чиновники самостоятельно ведут личную переписку с гражданами, скорее всего, они поручают это своим подчинённым.

Кроме того, по данным мониторинга ИСЭРТ РАН (декабрь 2013 года) 31% жителей области не пользуется интернетом (среди населения районов – 35%), то есть охват его аудитории ещё невелик и проигрывает традиционным СМИ. Поэтому в настоящее время использование властями электронных масс-медиа имеет не-

высокую степень эффективности, а размещаемая в сети информация рассчитана в основном на активных интернет-пользователей. Это, как правило, мужчины до 30-летнего возраста (71%) с высшим и незаконченным высшим образованием (67%) из числа 20% наиболее обеспеченных граждан (62%).

Современные российские СМИ призваны сыграть важную роль в процессе построения гражданского общества, для чего требуются значительные усилия со стороны государственных структур, общественных институтов и самих масс-медиа. Выступая в качестве проводников диалога между властью и обществом, традиционные СМИ должны выстраивать объективный образ окружающей реальности, не уводя потребителей от насущных проблем. Рост аудитории интернета и уровня доверия к нему наглядно демонстрирует потребность граждан в независимых

СМИ, публикующих более полную и достоверную информацию.

Для реализации функций СМИ необходимо:

- стимулирование через СМИ гражданской активности населения, его вовлечение в общественно-полезные мероприятия и решение региональных проблем;
- объективное отражение существующей политической и социально-экономической ситуации в мире, в стране и в регионе;
- оказание содействия негосударственным СМИ в наполнении информационного пространства интересным и понятным просветительским контентом, направленным на укрепление патриотизма, толерантности и созидательной деятельности;
- повышение уровня и качества медийных продуктов, в настоящее время отличающихся, по выражению Е.В. Балацкого, «множеством ошибок, неточностей, курьёзов и глупостей» [1, с. 138].

## ЛИТЕРАТУРА

1. Балацкий, Е.В. Закономерности и парадоксы социальной революции [Текст] / Е.В. Балацкий // Общественные науки и современность. – 2013. – № 2. – С. 138-150.
2. Бешукова, Ф.Б. К вопросу о «регионализации» печатных СМИ (на примере газетных и журнальных СМИ Республики Адыгея) [Текст] / Ф.Б. Бешукова, Д.И. Куфанова // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2010. – № 2. – С. 57-60.
3. Гайтюкевич, Н.И. Роль и место СМИ в системе современных средств массовых коммуникаций [Текст] / Н.И. Гайтюкевич // Знание. Понимание. Умение. – 2011. – № 2. – С. 274-277.
4. Ильин, А.Н. Мифотворчество в дискурсе новостей как социальная реальность [Текст] / А.Н. Ильин // Социология науки и технологий. – 2011. – № 3. – Т. 2. – С. 88-95.
5. Информационно-развлекательный портал «Череповец. РФ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: череповец.рф/news
6. Кожина, Т.П. Институциональное доверие: региональный аспект [Текст] / Т.П. Кожина // Проблемы развития территории. – 2013. – № 3. – С. 100-115.
7. Кравченко, Н.П. Реализация новых функций журналистики в государственных СМИ [Текст] / Н.П. Кравченко // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2010. – № 3. – С. 70-75.
8. Лисова, С.Ю. Средства массовой коммуникации в процессе становления гражданского общества [Текст] / С.Ю. Лисова // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология. Экономика. Информатика. – 2009. – № 11. – С. 223-233.
9. Меретукова, Б.А. К вопросу о культурологическом дискурсе региональных СМИ [Текст] / Б.А. Меретукова // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2010. – № 2. – С. 66-69.
10. Морев, М.В. Проблемы взаимодействия государства и общества [Текст] / М.В. Морев, В.С. Каминский // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2013. – № 6 (30). – С. 207-224.



11. Мухин, Ю.И. Тирания глупости [Текст] / Ю.И. Мухин. – СПб.: Питер, 2011. – 288 с.
12. Ненашев, М.И. Опыт сравнения региональных газет [Текст] / М.И. Ненашев // Социс. – 2011. – № 1. – С. 109-113.
13. Официальный сайт Администрации г. Вологды «Город Вологда» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [vologda-portal.ru/novosti/](http://vologda-portal.ru/novosti/)
14. Общественно-политическая газета г. Череповца «Речь» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.35media.ru/media/gech>
15. Пенькова, Е.В. Анализ деятельности печатных и интернет-СМИ Псковской области [Текст] / Е.В. Пенькова // Псковский регионологический журнал. – 2009. – № 8. – С. 11-18.
16. Сайт Вологодской областной газеты «Красный Север» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [krassever.ru](http://krassever.ru)
17. Сайт телеканала «Русский север» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [trkrs.ru/news](http://trkrs.ru/news)
18. Славко, Т.И. Математико-статистические методы в исторических исследованиях [Текст] / Т.И. Славко. – М.: Наука, 1981. – 156 с.

### **ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ**

*Молодов Олег Борисович* – кандидат исторических наук, старший научный сотрудник отдела исследования уровня и образа жизни населения. Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт социально-экономического развития территорий Российской академии наук. Россия, 160014, г. Вологда, ул. Горького, 56а. E-mail: [common@vscc.ac.ru](mailto:common@vscc.ac.ru). Тел.: (8172) 59-78-10.

**Molodov O.B.**

### **REGIONAL AND LOCAL MASS MEDIA IN THE VOLOGDA OBLAST: CONTENT ANALYSIS**

*The mass media play a special role in modern Russia, carrying out communications between the authorities and society. In recent years the market of the press and television has started to develop at the regional and municipal level. This is a general tendency of development of information sources. The majority of citizens are using the regional mass media for obtaining information on economy, policy and culture. Regional and local authorities use the great opportunities of mass media mainly for creation of their own image. The content of regional and municipal media sources is of great interest for comparative analysis.*

*We selected the following print and electronic media of the Vologda Oblast: newspapers “Krasnyy Sever” and “Rech”, news lines “Russkiy Sever”, “Novosti Vologdy” and “Novosti Cherepovtsa”. The analysis of the news consisted in the distribution of their content into 11 groups. After the processing of the results, we made the rating of the main directions among the publications in regional and local mass media. The characteristic of the attitude of the Vologda Oblast residents to various mass media and their role in modern society is given in the article. It is based on the results of the surveys carried out by the Institute of Socio-Economic Development of Territories of RAS. The final part of the work provides recommendations for enhancing the efficiency of implementing the main functions of the regional and local media.*

*State, society, mass media, regional mass media, Internet, news, content analysis.*

## REFERENCES

1. Balatskiy E.V. Zakonomernosti i paradoksy sotsial'noy revolyutsii [Regularities and Paradoxes of Social Revolution]. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'* [Social Sciences and Modernity], 2013, no. 2, pp. 138-150.
2. Beshukova F.B., Kufanova D.I. K voprosu o "regionalizatsii" pechatnykh SMI (na primere gazetnykh i zhurnal'nykh SMI Respubliki Adygeya) [On the Question of "Regionalization" of Print Media (Case Study of Newspapers and Magazines of the Republic of Adygea)]. *Vestnik Adygeyskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Filologiya i iskusstvovedenie* [Bulletin of Adyghe State University. Series 2: Philology and Art Studies], 2010, no. 2, pp. 57-60.
3. Gaytyukevich N.I. Rol' i mesto SMI v sisteme sovremennykh sredstv massovykh kommunikatsiy [The Role and Place of the Media in the System of Modern Means of Mass Communication]. *Znanie. Ponimanie. Umenie* [Knowledge. Comprehension. Skill], 2011, no. 2, pp. 274-277.
4. Ilyin A.N. Mifotvorchestvo v diskurse novostey kak sotsial'naya real'nost' [Myth-making in the Discourse of the News as a Social Reality]. *Sotsiologiya nauki i tekhnologii* [Sociology of Science and Technology], 2011, no. 3, vol. 2, pp. 88-95.
5. *Informatsionno-razvlekatel'nyy portal "Cherepovets.RF"* [Infotainment Portal "Cherepovets.RF"]. Available at: [cherepovets.rf/news](http://cherepovets.rf/news)
6. Kozhina T.P. Institutsional'noe doverie: regional'nyy aspekt [People's Confidence in Governmental and Public Institutions: Regional Aspect]. *Problemy razvitiya territorii* [Problems of Development of Territories], 2013, no. 3, pp. 100-115.
7. Kravchenko N.P. Realizatsiya novykh funktsiy zhurnalistiki v gosudarstvennykh SMI [Implementation of New Functions of Journalism in the State-Run Media]. *Vestnik Adygeyskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Filologiya i iskusstvovedenie* [Bulletin of Adyghe State University. Series 2: Philology and Art Studies], 2010, no. 3, pp. 70-75.
8. Lisova S.Yu. Sredstva massovoy kommunikatsii v protsesse stanovleniya grazhdanskogo obshchestva [Mass Media in the Process of Formation of Civil Society]. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Istoriya. Politologiya. Ekonomika. Informatika* [Scientific Bulletin of the Belgorod State University. Series: History. Political Science. Economy. Informatics], 2009, no. 11, pp. 223-233.
9. Meretukova B.A. K voprosu o kul'turologicheskom diskurse regional'nykh SMI [On the Issue of Cultural Discourse of Regional Media]. *Vestnik Adygeyskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Filologiya i iskusstvovedenie* [Bulletin of Adyghe State University. Series 2: Philology and Art Studies], 2010, no. 2, pp. 66-69.
10. Morev M.V., Kaminskiy V.S. Problemy vzaimodeystviya gosudarstva i obshchestva [Issues of State-Society Relations]. *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz* [Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast], 2013, no. 6 (30), pp. 207-224.
11. Mukhin Yu.I. *Tiraniya gluposti* [Tyranny of Stupidity]. Saint Petersburg: Piter, 2011. 288 p.
12. Nenashev M.I. Opyt sravneniya regional'nykh gazet [The Experience of Comparing the Regional Newspapers]. *Sotsis* [Sociological Studies], 2011, no. 1, pp. 109-113.
13. *Ofitsial'nyy sayt Administratsii g. Vologdy "Gorod Vologda"* [Official Website of the City of Vologda]. Available at: [vologda-portal.ru/novosti/](http://vologda-portal.ru/novosti/)
14. *Obshchestvenno-politicheskaya gazeta g. Cherepovetsa "Rech"* [Sociopolitical Newspaper "Rech" of the City of Cherepovets]. Available at: <http://www.35media.ru/media/rech>
15. Pen'kova E.V. Analiz deyatel'nosti pechatnykh i internet-SMI Pskovskoy oblasti [Analysis of the Print and Internet Media in the Pskov Oblast]. *Pskovskiy regionologicheskiy zhurnal* [Pskov Journal for Regional Studies], 2009, no. 8, pp. 11-18.
16. *Sayt Vologodskoy oblastnoy gazety "Krasnyy Sever"* [Website of the Newspaper "Krasnyy Sever"]. Available at: [krassever.ru](http://krassever.ru)
17. *Sayt telekanala "Russkiy sever"* [Website of the Channel "Russkiy Sever"]. Available at: [trkrs.ru/news](http://trkrs.ru/news)
18. Slavko T.I. *Matematiko-statisticheskie metody v istoricheskikh issledovaniyakh* [Mathematical-Statistical Methods in Historical Research]. Moscow: Nauka, 1981. 156 p.

## INFORMATION ABOUT THE AUTOR

*Molodov Oleg Borisovich* – Ph.D. in History, Senior Scientific Associate, the Department of Living Standards and Lifestyle Studies. Federal State-Financed Scientific Institution the Institute of Socio-Economic Development of Territories of the Russian Academy of Sciences. 56A, Gorky St.,