УДК 353:004.7(470.44) DOI: 10.22394/2071-2367-2020-15-5-96-106

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА НА ПРИМЕРЕ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Бирюлин И.В., Скороходова О.С.[1]

Аннотация. Региональное информационное пространство формируется под воздействием различных, разнонаправленных процессов. Прежде всего речь идёт о влиянии федерального информационного уровня, во многом задающего структуру и основные принципы функционирования. Тем не менее, несмотря на выявленные тенденции в ходе проведённых авторами статьи замеров, к вертикализации регионального информационного пространства относительно единого информационного источника федерального уровня на региональном уровне остаётся достаточное количество информационных игроков и технических возможностей нового типа для существенной корректировки и относительно самостоятельных информационных позиций.

Целью исследовательской статьи является выявление особенностей формирования регионального информационного пространства на примере Саратовской области.

Для реализации поставленной цели авторами были использованы такие научные методики, как: статистический метод, контент-анализ информационного пространства, аналитический метод.

Область исследования данной статьи заключается в анализе регионального информационного пространства.

Результатами исследовательской статьи стали выводы о специфике формирования регионального информационного пространства, определение условий эффективности коммуникаций между властью и обществом. Также авторы предлагают своё видение качественного изменения коммуникативных практик для формирования общественного мнения в качестве опорной точки в системе управления.

Ключевые слова: коммуникация, информационное пространство, региональное пространство.

Бирюлин Иван Викторович – кандидат политических наук, доцент кафедры политических наук, Поволжский институт управления им. П.А. Столыпина – филиал РАНХиГС при Президенте РФ, адрес: 410012, Россия, г. Саратов, ул. Соборная, д.23, e-mail: senior.birulin@yandex.ru

Скороходова Ольга Сергеевна – кандидат политических наук, доцент кафедры политических наук, Поволжский институт управления им. П.А. Столыпина – филиал РАНХиГС при Президенте РФ, адрес: 410012, Россия, г. Саратов, ул. Соборная, д.23, e-mail: olsko@yandex.ru

FEATURES OF THE FORMATION OF REGIONAL INFORMATION SPACE ON THE EXAMPLE OF THE SARATOV REGION

BIRYULIN I.V. – Candidate of Political Sciences, Associate Professor of the Department of Political Science, Povolzhsky Institute of Management named after P.A. Stolypin, Branch of RANEPA (Russian Federation, Saratov), e-mail: senior.birulin@yandex.ru

SKOROKHODOVA O.S. – Candidate of Political Sciences, Associate Professor of the Department of Political Science, Povolzhsky Institute of Management named after P.A. Stolypin, Branch of RANEPA (Russian Federation, Saratov), e-mail: olsko@yandex.ru

Abstract. The regional information space is formed under the influence of various, multidirectional processes. First of all, it's about the influence of the federal information level, which largely sets the structure and basic principles of functioning. Nevertheless, despite the tendencies identified, in the course of the measurements carried out by the authors of the article, towards the verticalization of the regional information space relative to a single information source of the federal level, at the regional level there remains a sufficient number of information players and technical capabilities of a new type for significant adjustments and relatively independent information positions.

The purpose of the article is to identify the features of the formation of a regional information space using the example of the Saratov region.

To achieve this purpose, the authors used such scientific methods as: statistical method, content analysis of the information space, analytical method.

The research area of this article is to analyze the regional information space.

The research results are in conclusions about the specifics of the formation of the regional information space of the region, determination of the conditions for the effectiveness of communications between the government and society. Also, the authors offer their vision of a qualitative change in communicative practices for the formation of public opinion as a reference point in the management system.

Keywords: communication, information space, regional space.

Введение

Информационное пространство, как и другие виды пространств (социальные, культурные, экономические, политические, духовные) Саратовской области, не является чем-то обособленным либо не подчинённым общим законам и правилам формирования пространств в целом в Российской Федерации.

Следовательно, политика в области развития единого информационного пространства государства оказывает влияние и на информационное пространство области. Считаем, что для выявления особенностей формирования регионального информационного пространства необходимо определить на федеральном уровне общие элементы, формируемые в данной сфере в целом, а затем рассмотреть процессы и текущее состояние, присущее для регионов, в частности Саратовской области.

Нам важно определить базовое понимание информационного пространства как социального явления. В статье М.В. Катковой: «Информационное пространство – это исторически сформировавшаяся, обеспеченная правом, гарантиями и средствами, обеспечивающая наибольшую меру доступности для потребителя форма скоординированных и структурированных информационных ресурсов»[1].

По мнению В.А. Ачкасова, «анализ географии информационного поля представляется значимым для понимания того, каким образом группы интересов могут отстаивать свою позицию и формировать общественное мнение»[2].

ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

Отметим, что процесс формирования единого информационного пространства всегда вертикально направленный от центра к периферии. Следовательно, обозначим первую тенденцию, присущую информационному пространству, хотя и не являющуюся уникальной в мировой практике, скорее – общей закономерностью, это: *вертикаль формирования информационного поля.* Тем не менее считаем, что данный тип информационного конструкта не мешает учитывать интересы обратной связи и оставляет возможность для плюрализма и конкуренции идей.

Второй тенденцией федерального уровня можно выделить *получение основной информации, а также доверие большинства россиян телевизионным СМИ*. Исследование, проведённое ФОМ, показывает, что «65% жителей нашего государства полностью доверяют и используют в качестве основного источника получения информации телевидение». Остальные СМИ значительно уступают: «новостные сайты в интернете – 15%, печатная пресса (газеты, журналы) – 9%, радио – 8%, разговоры с родственниками, друзьями, знакомыми – 7%, форумы,

[1]Каткова М.В. Понятие «информационное пространство» в современной социальной философии // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. – 2008. – Вып. 2. – С. 23–26.

[2]Ачкасова В.А. Возможности СМИ в области лоббирования: медиа как фактор конфликтности и соглашения / Мировые процессы, политические конфликты и безопасность. – М., 2007. – С.137–150.

блоги, сайты социальных сетей – 4%»[1].

Этот факт во многом объясняет государственную информационную политику в области телевидения, где за последние 20 лет полностью поменялись владельцы и основные акционеры в пользу государства и крупного бизнеса, прежде всего связанного с государством (ЛУКОЙЛ, Газпром, Национальная медиагруппа, Сургутнефтегаз, Северсталь и т.д.),[2] тогда как прочие СМИ, менее востребованные со стороны российского потребителя информационного пространства, остаются вполне конкурентными и принадлежат многочисленным представителям как периферийной власти, так и среднему бизнесу. Л. Парфёнов в своей речи по случаю вручения ему премии имени В. Листьева заявил: «Для корреспондента федерального телеканала высшие должностные лица не ньюсмейкеры, а начальники его начальника»[3].

Третья тенденция формирования государственного информационного пространства может быть обозначена как *перенос дискурсивных практик оппозиционных взглядов на периферию информационного поля*. Можно сказать, что чем менее популярен канал либо аудитория значительно ограничена, скажем, из-за специфики вещания, ограниченности доступа, тем в большей степени реализуется оппозиционный и в целом критический дискурс по отношению к политической сфере. При этом, как отмечает Е.С. Кристинина, «часть каналов, транслирующая оппозиционную или, по крайней мере, не полностью провластную точку зрения, также принадлежит государству или околгосударственным структурам»[4].

Четвёртую тенденцию, присущую федеральному информационному полю, можно обозначить как *переход конкуренции взглядов, создание зоны плюралистических позиций в пространстве Интернета*, в первую очередь за счёт появления «Новых медиа», развития индивидуальных СМИ, блоговых кластеров оценок политической сферы.

Проследим влияние выделенных нами федеральных тенденций формирования информационного пространства России на формирование регионального информационного пространства на примере Саратовской области. Саратовскому информационному пространству также присуще вертикальное формирование информационного поля, ориентирующго население

[1]Источники информации. ФОМ.Точка доступа. http://fom.ru/SMI-i-internet/10481

[2] Кто владеет СМИ в России: ведущие холдинги. Русская служба BBC. Точкаа доступа: http://www.bbc.com/russian/russia/2014/07/140711_russia_media_holdings

[3] Речь Леонида Парфёнова. Новые времена. 26 ноября 2011. – URL: https://newtimes.ru/articles/detail/31030. (дата обращения: 10.07. 2020).

[4] Крестинина Е.С. Трансформация информационного поля как инструмент политического воздействия: российский опыт. Политические коммуникации в изменяющейся России / Сборник научных статей под ред. Л.Н. Тимофеевой. – М., 2013. – С. 99–104.

области не только на областную вертикализацию информации, но и на перекос в предпочтении федеральных каналов, как базовых, так и более полных по информационному контенту, в связи с чем в регионе преобладающей остаётся система федерального телерадиовещания. Влияние общероссийской прессы (степень доверия, ареал распространения и т.д.) превосходит местное воздействие.

Такое позиционирование информационного пространства подтверждает отмеченные нами выше федеральные тенденции, присущие формированию информационного пространства России в целом, и их проводку на региональный уровень. Можем видеть, что все телеканалы регионального вещания, а также издания, выходящие крупными тиражами, так или иначе принадлежат либо подконтрольны политическим и экономическим игрокам, имеющим провластные интересы области, тогда как оппозиционный либо самостоятельный политический дискурс осуществляется на менее популярных либо ограниченных по влиянию каналах региональных СМИ. Считаем, что это не уникальная ситуация для региона, скорее Саратовская область подтверждает сложившуюся практику.

Таким образом, влияние федеральных тенденций формирования информационного пространства сформировало ряд специфических черт, присущих региональному уровню формирования информационного пространства, в частности, на территории Саратовской области:

1. информационное пространство региона вертикализировано (сверху вниз) по отношению к федеральному информационному пространству, а также по влиянию со стороны областных властных структур;

2. основным источником, исходя из доступности получения информации, количества федеральных и региональных СМИ, контента, предоставляемого федеральными каналами, остаются телевизионные СМИ, причём в подавляющем объёме федерального уровня;

3. произошло смещение оппозиционного дискурса, а также альтернативных позиций на периферию информационного пространства, о чём говорит незначительное количество игроков, обслуживающих это направление, а также сильно уступающая по количеству аудитория;

4. в отличие от федерального уровня, наблюдается некоторое сужение информационного пространства, связанное с закрытием некоторых саратовских вкладок федеральных каналов (ТНТ – Саратов, РЕНТВ – Саратов), а также некоторых печатных и электронных ресурсов. Эксперты в лице редакторов саратовских СМИ связывают эти обстоятельства исключительно с кризисным временем, которое наша область переживает непросто, и никакой политической подоплёки не отмечают. Однако само по себе явление лишь усиливает обозначенные тенденции, стимулируя выделенную нами четвёртую тенденцию:

развитие «новых медиа», индивидуальных СМИ и блоговых кластеров как антикризисных действий со стороны информационного предложения.

Это подтверждает статистика значительного роста данного сектора информационного пространства Саратовской области за последние несколько лет, приведённая ресурсом Livedune[1].Так, активных блогеров в Саратовской области, зарегистрированных в «ЖЖ», – 85 человек, блогеров, работающих в «Инстаграм», – 25 человек, ведущих свои посты в «ВКонтакте» – 100 человек, активных групп в «ВКонтакте» – 100. Также в Саратове наблюдается активность видеоблогеров на ресурсе YouTube, где некоторые представители являются достаточно известными личностями;

5. зависимость регионального пространства от федеральных информационных полей не позволяет формировать внутреннюю самостоятельность, что фактически сводит информационные потоки внутри региона к тотальному однообразию и «обыденности», что в свою очередь замедляет процесс развития информационного пространства социального типа. В связи с чем, когда правительство Саратовской области, скажем, запускает проекты по урбанистическому направлению развития города Саратова, оно сталкивается с отсутствием заинтересованности и понимания со стороны большинства жителей города, не втянутых в достаточной мере в информационное пространство города социального типа просто потому, что его нет как такового. Такие тонкие технологии возможны и дают позитивный эффект на Западе исключительно в свободных информационных пространствах. Это делает региональное информационное пространство, а значит, и экономику, культуру, общество неконкурентоспособными по отношению к федеральному уровню, что в свою очередь ослабляет информационное пространство РФ в целом, так как подпитка из регионов не имеет ярко выраженных конкурентных и инновационных импульсов.

Проделанная аналитическая работа, понимание особенностей формирования регионального информационного пространства позволяют нам поставить более амбициозные задачи в исследовании региональных информационных процессов, связанных с эффективностью политических коммуникаций власти и общества, продвинуться дальше в исследовании текущего состояния информационно-коммуникационного пространства Саратова, а также определить проблемные моменты и выработать предложения по улучшению коммуникационного климата между властью и обществом города.

Управление во многом основано на убеждении. В политологии убеждение общества в чем-то принято называть формированием общественного мнения. Последние 100 лет государство, политическая власть сильно преуспели в этом во многом благодаря таким давно привычным для нас технологиям, как

[1]Livedune.- URL: https://livedune.ru/vk/city-public/Саратов. (дата обращения: 10.07. 2020).

массовая печать, радио и, конечно же, TV.

Но в последнее десятилетие в этот процесс буквально ворвались новые участники, они даже могут не иметь конкретной институциональной представленности, хотя имеют всё же конкретных владельцев и модераторов - сети, паблики, видеохостинги, твиты и т.д.

Некогда незыблемая монополия государства на формирование информационного пространства рушится, вместе с этим обрушением утрачивается основной инструмент управления, связанный с формированием общественного мнения. В день в интернет заходит в среднем «75% жителей российских городов с населением более 100 тысяч человек, а телевизор в день смотрит в среднем 70,4% горожан»[1].

Одних это радует, этот процесс представляется им как сбрасывание «оков», освобождение от навязываемой государством информационной ангажированности информационного поля, других пугает или настораживает. Как правило, это связывают с возрастанием угроз влияния на общественное мнение граждан со стороны неинституциональных субъектов, осуществляющих своё воздействие в своих интересах, часто подрывающих интересы государственного управления. Нас беспокоит ухудшение коммуникаций между властью и обществом, неминуемо приводящее к затруднению управления, принятию политических решений и, как следствие, неудовлетворенности граждан.

В данной статье считаем возможным представить результаты исследования, проведённого нами в рамках решения поставленных задач. Для этого структурировали региональное информационное пространство Саратова на три уровня, в каждом из которых определили реперные точки, по которым возможно осуществить необходимые для анализа замеры:

1. Информационное поле, генерируемое властью (сайты правительства, областной Думы, ВГТРК Саратов).

2. Региональные СМИ, ставшие своеобразным стандартом информационного пространства: «Взгляд-инфо», «Четвёртая власть», «Сарновости», «Саринформ».

3. Третий уровень представлен горизонтальными сетями «нового типа»: (VK: «Саратов-онлайн», «Типичный Саратов», Телеграм каналами: «Саратовские новости», «Новости Саратова»).

Информационный замер проводился на протяжении одного месяца с 1 по 30 сентября 2019 года. Реперными точками выступали:

- основные группы тем
- топ 5 тем
- проводка смыслов

[1]Об этом пишут «Ведомости» со ссылкой на данные Mediascope за первый квартал 2019 года. – URL: https://vc.ru/media/69569-issledovanie-internet-v-rossii-oboshel-televidenie-po-sutochnomu-ohvatu-auditorii-v-pervom-kvartale-2019-goda (дата обращения: 16.06.2020)

– +/- ресурса с точки зрения использования

Для удобства восприятия сгруппируем данные в аналитическую табл. 1.

Таблица 1 – Показатели замера информационного пространства Саратовской области

Table 1 – Indicators of measuring the information space of the Saratov region

Информационные уровни	Тематические группы	Топ 5 тем	Проводка смыслов	+/- ресурса
Информационное поле, генерируемое властью. **Всего новостей 768**	Праздники и мероприятия; криминал; транспорт и дороги; спорт; здравоохранение; ЖКХ; культура; образование; информирование граждан; деятельность первых лиц города и области.	Криминал; Мероприятия и праздники; Дорожное движение и происшествие; ЖКХ; Строительство	Вертикальная; Позитивная	+ официальная информация (легальная) _ отсталость интерфейсов; отсутствие мобильных версий; провисание по выходным
Региональные СМИ. **Всего новостей 1754**	Криминал; ДТП; ЖКХ; праздники и мероприятия; реконструкция проспекта Кирова; ЧМ по пожарному спорту; официальные визиты председателя Государственной Думы РФ; аэропорт «Гагарин»; мышиная лихорадка; новости «филлеры»	криминал; ДТП; ЖКХ; праздники и мероприятия; реконструкция проспекта Кирова;	Вертикальная; Нейтральная	+ официальная информация (легальная) _ Слабая обратная связь, зашумлённость информационного пространства
Горизонтальные сети «нового типа». **Всего новостей 1300**	Криминал; политика; ЖКХ; праздники и мероприятия; реконструкция проспекта Кирова; СМ по пожарному спорту; официальные визиты председателя Государственной Думы РФ; аэропорт «Гагарин»; мышиная лихорадка	фестиваль первокурсников «Поехали»; день города Саратов; ЖКХ; благоустройство проспекта Кирова; ЧМ по пожарно-спасательному спорту.	Горизонтальная; Нейтрально–негативная.	+ Удобный мобильный формат; Подача материала неофициальная, в более раскрепощённом стиле. - условно легальная информация; стиль, ошибки; много шума.

В результате обобщений проведённого исследования можно сделать ряд выводов по основным проблемам коммуникации власти и общества в региональном информационном пространстве:

1. Выявлена вертикализация регионального информационного пространства (о которой мы говорили выше, опираясь на эмпирические материалы), что обеспечивает сужение информационных сфер на ключевых информационных повестках областного центра без выхода за них.
2. Первый и второй информационный уровень практически идентичны по группам основных информационных поводов и ключевым новостям.
3. Третья группа также проводит основные новостные тренды, но подача идёт в большей степени от первого лица с наделением информационного формата эмоциями, размышлениями, свободными комментариями, что часто приводит к кардинальной смене смыслов, поставленных в официальных источниках.
4. Для третьего уровня типично наличие большого количества информационного шума, что в свою очередь способствует размыванию центральных информационных поводов, «замусориванию» центральных тем, искажению смыслов, проводимых властью, в результате затрудняет формирование конструктивного общественного мнения как системы государственного управления.
5. Коммуникационная дистанция между властью и обществом (блогер ближе).
6. Информационная среда, генерируемая властью, отстает от горизонтальных технологий возможности сети Интернет.

Заключение

Таким образом, региональное информационное пространство формируется и используется неэффективным образом для властных институтов, наблюдается поляризация крайности взглядов, как позитивных, так и негативных, в связи с чем можно говорить о конфликте восприятия региональных проблем и необходимости выстраивания более позитивных и эффективных коммуникаций между властью и обществом.

В рамках решения улучшения коммуникационного климата между властью и обществом города за основу считаем целесообразным взять всем хорошо известное высказывание Никола Макиавелли: «Не можешь победить, возглавь!». Исходя из этой философской мудрости, ответом на угрозы, исходящие от горизонтальных медиа нового типа, может быть только технология из этого же уровня, а именно мультифункциональное региональное приложение. Объединяющие на одной мультимедийной платформе различные информационные продукты, такие как:

- онлайн маршруты областного транспорта;
- онлайн карта уборки областных трасс и городских территорий;

- веб-камеры;
- прямые трансляции с рабочих групп правительства и т.д.;
- карта решения областных проблем с обратной связью;
- прямая связь по обращениям к ключевым чиновникам области;
- генератор новостей: топ 10, использующий генерацию всех трёх выделенных нами информационных уровней, включающий информационную повестку, формируемую в районных центрах области.

Полагаем, что такое сочетание уникальных информационных продуктов неминуемо привлечёт внимание большей части жителей области, что позволит «перетянуть» внимание на информационный контент, как негативный, так нейтральный и позитивный, что в свою очередь приведёт к выравниванию формирования общественного мнения. Также поможет сформировать позитивные имиджевые компоненты областной власти, поскольку в онлайн режиме даст возможность видеть и соучаствовать в многообразном и сложном процессе управления и обеспечения области. Кроме этого будет способствовать формированию позитивных коммуникаций во взаимоотношениях власти и общества.

Подводя итоги проделанной исследовательски-аналитической работы, считаем возможным сказать, что, несмотря на выявленные черты, присущие региональному информационному пространству, тем не менее, отсутствие самостоятельности и подчинение основным тенденциям, генерируемым на федеральном уровне информационной политики, не лишает региональный уровень возможности индивидуальных интересов, оппозиционных либо альтернативных взглядов, самостоятельных игроков в индивидуальном информационном секторе, что само по себе обеспечивает существование в области, пусть и в контролируемых пределах, свободы слова и выражения в информационном пространстве.

Библиография/References:

1. Ачкасова В.А. Возможности СМИ в области лоббирования: медиа как фактор конфликтности и соглашения // Мировые процессы, политические конфликты и безопасность. – М., 2007.

2. Источники информации // Фонд «Общественное мнение». – URL: http://fom.ru/SMI-i-internet/10481 (дата обращения: 16.06. 2020).

3. Каткова М.В. Понятие «информационное пространство» в современной социальной философии // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. – 2008. – № 2. – С. 23—26.

4. Крестинина Е.С. Трансформация информационного поля как инструмент политического воздействия: российский опыт // Политические коммуникации в

изменяющейся России. Сборник научных статей под ред. Л.Н. Тимофеевой. – М., 2013.

5. Кто владеет СМИ в России: ведущие холдинги // Русская служба BBC. – URL: http://www.bbc.com/russian/russia/2014/07/140711_russia_media_holdings (дата обращения: 16.06. 2020).

6. Об этом пишут «Ведомости» со ссылкой на данные Mediascope за первый квартал 2019 года. – URL:https://vc.ru/media/69569-issledovanie-internet-v-rossii-oboshel-televidenie-po-sutochnomu-ohvatu-auditorii-v-pervom-kvartale-2019-goda.

7. Речь Л. Парфенова // Новые времена. 26 ноября 2011. – URL: https://newtimes.ru/articles/detail/31030. (дата обращения: 16.06. 2020).

1. Achkasova, V.A. (2007) Vozmozhnosti SMI v oblasti lobbirovaniia: media kak faktor konfliktnosti i soglasheniia [Opportunities of the media in the field of lobbying: media as a factor of conflict and agreement] // Mirovye protsessy, politicheskie konflikty i bezopasnost' [World processes, political conflicts and security]. – M. (In Russ.)

2. Istochniki informatsii [Sources of information] // Fond «Obshchestvennoe mnenie» [Public Opinion Foundation]. – URL: http://fom.ru/SMI-i-internet/10481. (In Russ.)

3. Katkova, M.V. (2008) Poniatie «informatsionnoe prostranstvo» v sovremennoi sotsial'noi filosofii [The Definition of «Information Space» in Modern Social Philosophy] // Izvestiia Saratovskogo universiteta. Novaia seriia. Seriia: Filosofiia. Psikhologiia. Pedagogika [Izvestiya of Saratov University. New Series. Series: Philosophy. Psychology. Pedagogy]. – № 2. – P. 23—26. (In Russ.)

4. Krestinina, E.S. (2013) Transformatsiia informatsionnogo polia kak instrument politicheskogo vozdeistviia: rossiiskii opyt [Information field transformation as a tool of political impact: Russian experience] // Politicheskie kommunikatsii v izmeniaiushcheisia Rossii [Political communications in a changing Russia]. Sbornik nauchnykh statei pod red. L.N. Timofeevoi. – M. (In Russ.)

5. Kto vladeet SMI v Rossii: vedushchie kholdingi [Who owns the media in Russia: leading holdings] // Russkaia sluzhba BBC [BBC Russian service]. – URL: http://www.bbc.com/russian/russia/2014/07/140711_russia_media_holdings. (In Russ.)

6. Ob etom pishut «Vedomosti» so ssylkoi na dannye Mediascope za pervyi kvartal 2019 goda [Vedomosti writes about this with reference to Mediascope data for the first quarter of 2019]. – URL:https://vc.ru/media/69569-issledovanie-internet-v-rossii-oboshel-televidenie-po-sutochnomu-ohvatu-auditorii-v-pervom-kvartale-2019-goda.
(In Russ.)

7. Rech' Leonida Parfenova [Speech by Leonid Parfenov] // Novye vremena [New times]. 26 noiabria 2011. – URL: https://newtimes.ru/articles/detail/31030. (In Russ.)