**Современная политическая пресса регионов России**

***Панферова Анна Борисовна***
*аспирант*
*Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия*
anna_panferova@mail.r.u

С развитием в России демократической системы общественных отношений печатные средства массовой информации превращаются в центры публичной экспертизы политического процесса. Деятельность журналистов, профессионально занимающихся освещением тем внутренней и внешней политики государства, регулируется не только законодательством, но также читательской аудиторией, предъявляющей к газетным материалам свои высокие требования: полифоничность в подаче информации, аргументированность критических оценок, надежность фактов.

В столице Южного Урала – городе Челябинске, – по данным местного агентства маркетинговых коммуникаций «Парк идей», распространяется более двухсот газет. Десять процентов из них периодически публикуют материалы на социально-политические темы. Редакции пяти процентов челябинских газет (в том числе региональных вкладок федеральных газет) имеют в своем штате политических корреспондентов. Эти информационные издания («Челябинский рабочий», «Южноуральская панорама», «Вечерний Челябинск», «МК-Урал», «АиФ-Челябинск», «Российская газета-Южный Урал») занимают достаточно прочные позиции на медиарынке Челябинска (а некоторые – и области), выходят регулярно, имеют значительные (по региональным меркам) тиражи.

Противостояние властей и бизнес-группировок, которое продолжается на Южном Урале с конца 90-х годов XX века, находит отражение на страницах местных средств массовой информации. В конфликт вовлечены и государственные, и независимые газеты, и, конечно те издания, собственниками которых являются участники политических баталий. Но цели у них разные: одни СМИ способствуют диалогу между обществом и властью, согласованию интересов, другие – служат мегафоном определенной структуры.

Контент-анализ газетных выступлений (опубликованных в период с 1 ноября 2006 года по 1 февраля 2007 года) челябинских политических корреспондентов, позволил установить, к каким информационным поводам они чаще всего обращаются, каковы фактические характеристики их материалов (жанровые признаки, представленность на газетной полосе), степень эксклюзивности и объективности информации.

Исследование помогло выявить несколько интересных тенденций в работе корреспондентов. Все журналисты совмещают главную обязанность – изучать политическую ситуацию в области, стране, мире – с написанием материалов, касающихся проблем других социальных сфер: экономики, образования, здравоохранения и т. д. Часто в центре их внимания оказывается личная жизнь южноуральских политиков.

Пользуясь правом размещать в газете на правах рекламы любую информацию (распространение которой не противоречит законодательству РФ), представители финансовых структур, оппозиционных областному правительству, публикуют в СМИ, в том числе в независимых и самых влиятельных, необходимые для формирования их положительного имиджа материалы. Такое сотрудничество редакций и рекламодателей-политиков приводит постоянных читателей объективного, как они думали, издания в недоумение.

Анализ содержания политических публикаций вскрыл неожиданный факт: разные газеты («Вечерний Челябинск», «МК-Урал», в частности) публикуют направленные против первого вице-губернатора Андрея Косилова материалы, автором которых выступает один и тот же журналист. Одно издание делает это по долгу службы («Вечерний Челябинск» принадлежит мэру Челябинска Михаилу Юревичу, давнему сопернику Косилова), другое – по непонятным для читательской аудитории причинам.

Высокая конкуренция на рынке печатных СМИ Челябинской области, активная деятельность властных структур Южного Урала стимулируют развитие политической журналистики. Четвертая часть публикаций общественно-политических газет связана с темами политики.