

УДК 371.687
ББК 76.032

Е.Н. Ларионова

**СТАВРОПОЛЬСКИЕ
ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ
НОВОСТИ
КАК СРЕДСТВО
МОДЕЛИРОВАНИЯ
РЕГИОНАЛЬНОЙ
МЕДИАПОВЕСТКИ**

СМИ не могут охватить все происходящие в мире события, они их фильтруют в соответствии с собственными задачами и преподносят аудитории, тем самым формируя информационную повестку дня. Работа посвящена анализу информационных программ телевизионных каналов «СвоеТВ», «ГТРК “Ставрополье”», «26 регион» и выявлению степени их влияния на конструирование региональной медиаповестки. Выявлено, разнообразным ли явлениям посвящены ставропольские новости, или же они предлагают зрителям информацию об одних и тех же событиях.

Ключевые слова: повестка дня, медиаповестка, информационная повестка дня, региональные новости, ставропольское телевидение.

DOI 10.23683/1995-0640-2018-3-184-194

Ларионова Елена Николаевна – канд. филос. наук, доцент кафедры журналистики Гуманитарного института Северо-Кавказского федерального университета
Тел.: 8-918-751-34-24
E-mail: ele-molchanova@yandex.ru

© Ларионова Е.Н., 2018.

В новостных выпусках создается особая телевизионная реальность, которая, в свою очередь, имеет значительное влияние на формирование картины мира зрительской аудитории. Для людей, получающих основной поток информации только из своей повседневной жизни и экрана, именно телевизионные события становятся структурообразующими в формировании их собственной медиаповестки.

Повестка дня, в широком понимании, представляет собой перечень вопросов, подлежащих обсуждению или отражению в ходе беседы, совещания, переговоров. Говоря о медиаповестке, стоит отметить вклад в изучение этой проблемы исследователей, труды которых основаны на теории повестки дня (теории «agenda-setting»), заключающейся в том, что СМИ оказывают большое влияние на общество самой подборкой того, что именно они освещают. Так, лейтмотивом работы «Общественное мнение» американского писателя и журналиста У. Липпмана является мысль о том, что средства массовой информации сигнализируют о событии и определяют, как эти события будут отражены в обществе. «Каждая газета, доходящая до читателя, является результатом серии выборов: какой материал печатать, сколько места он должен занимать в газете, где он должен располагаться, какие акценты в нем необходимо сделать» [Липпман, 2004].

Основатели и последователи теории «agenda-setting» убеждены в том, что средства массовой информации способны формировать

у зрителя отношение к реальности посредством того, что они показывают и на чем делают акцент. В соответствии с этой теорией, «...те, кто контролируют информационные СМИ, решают, что должно сообщаться публике. Это становится повесткой дня СМИ на определенный момент времени. В процессе реализации этой повестки дня формируется высокого уровня соответствие между тем, какое внимание и в какой форме уделяет пресса политической проблеме, и тем, какую важность этой проблеме приписывает публика, получающая информацию о ней из прессы или других новостных СМИ. Установление повестки дня предполагает связь между решениями, касающимися освещения проблемы в СМИ, и представлениями о ее важности и значимости в умах индивидов, составляющих аудиторию СМИ. Эта теория не предполагает, что масс-медиа диктуют людям, что они должны думать о проблеме и какие принимать решения. Однако она предполагает, что масс-медиа диктует людям, о чем они должны думать и какие проблемы настолько важны, что требуют их решения» (цит. по: [Черных, 2007, с. 32]).

По мнению российского исследователя и журналиста И.И. Засурского, повестка дня «формируется самими СМИ порой независимо от действий и ньюзмейкинга власти. Это выражается в привлечении внимания и стягивания всех периферийных тем и сюжетов к смыслообразующему центру, задающему контекст и оценки» (цит. по: [Клюев, 2015, с. 77 – 78]). Г. Ковалев, говоря об информационной повестке дня, формулирует такое ее определение: «Набор из 5-7 различных тем, предлагаемых СМИ обществу для ознакомления» (цит. по: [Клюев, 2015, с. 78]). Обобщив идеи, касающиеся определения медиаповестки, Ю.В. Клюев отмечает: «Информационная повестка дня в СМИ – это темы, события и направления, которые журналисты и общественное мнение считают наиболее важными на текущий момент» [Клюев, 2015, с. 78]. Авторы работы «Телевизионные новости в электоральный период: основные тенденции производства» формулируют определение медиаповестки следующим образом: «Медиаповестка – это совокупность отфильтрованных СМИ проблем (а если точнее, то объектов, поскольку речь может идти не только о проблемах в узком смысле слова, но и о личностях, процессах, событиях и пр.), преподносимых обществу как наиболее важные» [Ежова, Беленькая, 2016, с. 117]. Таким образом, информационную повестку дня могут составлять различные явления и события, например, повседневные проблемы людей, чрезвычайные происшествия, социальные потрясения и пр. Решение о том, что будет показано сегодня в новостях, принимает редакция той или иной телекомпании.

В целом, в основе теории повестки дня лежат два базисных положения:

1. Средства массовой информации не ставят перед собой целью объективное отражение реальности. При производстве новостного выпуска они фильтруют информацию, чем, по сути, формируют действительность.
2. Средства массовой информации преподносят одни новости, как особенно важные, а другие – игнорируют, тем самым, предлагая обществу рассматривать эти проблемы как неважные.

Изучение процесса формирования или установления медиаповестки позволяет выявить закономерности, существующие в медиасфере в тот или иной момент времени. Исследователь Ю.А. Королев понимает под установлением повестки дня следующий процесс: «Определение средствами массовой информации круга обсуждаемых социально и политически значимых проблем» (цит. по: [Казаков, 2014, с. 51]). Говоря о формировании повестки дня посредством теленовостей, мы имеем в виду тот факт, что население, в большей своей массе, не имеет непосредственного прямого контакта с событиями, происходящими в различных сферах общественной жизни и в природе. Знания о них приходят из СМИ, но эти знания, как правило, касаются только тех аспектов, которые продюсеры, редакторы и журналисты считают достаточно интересными, чтобы транслировать их в информационных телепрограммах.

В формировании повестки дня важное место занимает такой инструмент, как ранжирование – распределение новостей, в зависимости от их важности. Верстка информационной программы заключается в отборе материалов и структурировании выпуска, расстановке сообщений в определенной последовательности. В противовес важным новостям политической, экономической, международной тематики ставят иные по своей сути и содержанию истории – простые человеческие, из жизни. Они понятны каждому и могут растрогать каждого.

Определенные особенности повестка дня приобретает в региональных новостях. Как было отмечено автором в более ранних работах, понятие «регион» трактуется как «...административно-территориальное образование, а “региональные средства массовой информации”, как выходящие и распространяемые в пределах административной территории» [Черникова, Молчанова, Климова, 2007, с. 116]. Региональные журналисты информируют зрителя обо всем, что, по их мнению, достойно внимания и имеет смысл в том или ином регионе. О.А. Фокина в своей работе «Региональная повестка общероссийской периодики: теоретическая и эмпирическая модели» формулирует понятие «региональной повестки дня» следующим образом: «Под региональной повесткой мы понимаем определенный содержательный сегмент, тематически связанный с жизнедеятельностью регионов и включающий совокупность текстов, тем или иным образом фиксирующих данную связь» [Фокина, 2012, с. 125]. Для региональных средств массовой информации наибольший интерес представляют вопросы местного значения, большая часть из которых может вообще не присутствовать в рейтинге тем федеральных телевизионных каналов.

Региональное телевидение представляет интерес для исследователей, поскольку его формат носит такой характер, который психологически приближает программы к зрителю. Для нашего исследования были выбраны информационные программы, поскольку именно выпуски новостей являются основой программного вещания современных телеканалов. По мнению Е.А. Шурыгиной: «Информационные блоки выходят в эфир с определенной частотой, их дополняют комментари-

ями, на их основе журналисты делают сюжеты и программы, записывают интервью с ньюсмейкерами» [Шурыгина, 2017, с. 258]. Как отмечают Е.Н. Ежова и Ю.П. Беленькая: «Телевизионные новости остаются мощным инструментом формирования информационной повестки дня, потому что всегда ассоциируются аудиторией с новизной, неординарностью, значимостью и объективностью, даже если последние и созданы искусственным образом. Новости отвечают нынешней общественной тенденции, связанной с упрощением повседневных практик, поскольку из-за своей лаконичности и отсутствия сложных аналитических выкладок не требуют от аудитории больших интеллектуальных затрат» [Ежова, Беленькая, 2016, с. 119]. Местные новости, кроме своей непосредственно информационной задачи, несут еще одну: они формируют у зрителя четкое осознание того, что регион является неотъемлемой частью большой страны, активно участвует в ее политической, экономической, культурной и социальной жизни. Этому способствует и то, что местные новости выходят в эфир сразу после федеральных. Так зритель получает возможность увидеть общую информационную картину мира и на ее фоне оценить свой регион.

Новостной выпуск регионального уровня раскрывает те события и явления, которые во многом касаются практически каждого жителя региона. Региональные сюжеты психологически ближе зрителю, поскольку здесь можно увидеть родной город, своих соседей, публично высказать свое мнение, даже потребовать что-либо от местной власти. Региональные журналисты в первую очередь повествуют о проблемах местного уровня, а не общемировых или общероссийских.

Региональная медиаповестка является отражением не только информационной политики канала, но и его отношений с теми организациями, с которыми заключены договоры на информационное обслуживание. В Ставропольском крае «повесткообразующими субъектами являются губернатор и администрация Ставропольского края, органы муниципальной власти, прокуратура, а также полномочный представитель Президента в Северо-Кавказском федеральном округе» [Беленькая, 2015, с. 18]. Своё влияние на установление региональной медиаповестки оказывает и конкуренция между СМИ. Телеканалы стремятся не отставать друг от друга, стараются не упустить важную информацию и первыми представить ее зрителю, а при отсутствии важных информационных поводов находят эксклюзивную информацию, которая, по их мнению, заинтересует аудиторию.

Журналистские материалы в информационных программах, рассказывающие о каком-либо событии или явлении, герое или теме, привлекают общественное внимание к определенному кругу проблем. Однако совсем необязательно, что новость, которой было уделено особенное внимание в новостной программе одного канала, получит такое же внимание на другом.

Мы рассмотрели выпуски новостей таких ставропольских телеканалов, как «Россия 1» – ГТРК «Ставрополье» (программа «Вести. Став-

ропольский край»), «СвоёТВ» (программа «День»), «26 регион» (программа «Новости 26 регион»), вышедших в эфир в период с августа 2016 г. по август 2017 г.

«Вести. Ставропольский край» выходят в эфир на канале «Россия 1» – ГТРК «Ставрополье» четыре раза в день (11.40, 14.40, 17.40, 20.45), средняя продолжительность эфирного времени информационного выпуска составила 15,06 минут. Кроме того, на канале имеются короткие утренние выпуски в 05.07, 05.35, 06.07, 06.35, 07.07, 07.35, 08.07, 08.35.

Информационное вещание на канале «СвоёТВ» начинается программой «День» в 7.00 часов утра, далее эта информационная программа выходит в эфир в 19.30 и 23.00. В течение дня в сетке пятиминутные выпуски «5 новостей», которые можно увидеть с 8.00 утра с шагом в два часа до 12.00, затем в 16.00, 18.00 и 21.00. Экватор информационного вещания представляет информационная программа «ПолДень», которая выходит в эфир в 13.00. По субботам в эфир выходит итоговая информационно-аналитическая программа «День за днем». В воскресенье зрителям предоставляется возможность увидеть ее в повторе. Средняя продолжительность одного информационного выпуска составила 9,18 минут.

Информационная программа канала «26 регион» «Новости 26 регион» выходит в эфир с понедельника по субботу. В будние дни частота информационных эфиров составляет 9 выпусков в день, в субботу – 5 выпусков. В утренние часы с 05.30 по 7.30 в эфире 3 выпуска новостей продолжительностью по 15 минут каждый. Следующие выпуски выходят в 8.30, 12.00, 14.30, 19.30, 22.30, 01.30, их продолжительность также составляет 15 минут.

Анализ информационных программ «Вести. Ставропольский край», «День», «Новости 26 регион» показал, что основная тематика новостных выпусков носит социальную направленность. В информационных материалах ставропольских телекомпаний находят подробное отражение совещания Правительства региона, еженедельные планерки, детально освещаются решения вопросов, вызывающих особенный интерес среди зрителей: здравоохранение, образование, безопасность, ЖКХ. Стоит отметить, что содержание новостных выпусков меняется в зависимости от времени их выхода в эфир: чем позже выходит в эфир информационная программа, тем она насыщеннее.

Воспользовавшись методом индукции, мы приведем в качестве примера, в рамках данного исследования, вечерние выпуски новостей ставропольских телекомпаний (таблица), объединенных одной датой выхода в эфир: от 25.07.2017, от 01.08.2017, от 10.08.2017.

Как явствует из таблицы, в вечерних выпусках региональных информационных программ от 25.07.2017 года полностью совпала одна тема: все телеканалы включили в повестку дня освещение работы Форума «Партийный проект «Городская среда»», рассказали зрителям о городах Ставрополя – участниках программы «Самый благоустроенный город России» и подвели итоги работы Форума. В выпусках вечерних новостей от 01.08.2017 года единой темой, включенной в медиаповест-

ку, стала гибель ставропольского тренера по гандболу Виктора Лаврова. В программах от 10.08.2017 года все исследуемые нами местные телеканалы рассказали ставропольским зрителям о рейде на Новотроицком водохранилище, об открытии завода зерновых культур в Новоселицком районе, а также уделили внимание празднованию Дня строителя в регионе. Также стоит отметить, что в создаваемой иерархии новостей ставропольские телеканалы регулярно размещают материалы сельскохозяйственной тематики.

Кроме того, из таблицы следует, что медиаповестка, предлагаемая зрителю программами «День» и «Новости 26 регион», во многом идентична. Творческий коллектив данных программ зачастую выбирает для своих материалов одни и те же информационные поводы. Однако стоит отметить и тот факт, что программа «День» в отличие от «Новости 26 регион» предлагает аудитории большее количество сюжетов. О большом количестве событий ставропольцы узнают и из программы «Вести. Ставропольский край». Из примеров, приведенных в таблице, мы также можем заключить, что региональные «Вести» дополняют свои выпуски сюжетами-«бантиками», каждый раз это их эксклюзивная информация рекреативной направленности (например, сюжеты об арт-объектах из мусора и дизайне придомовых территорий своими руками). Итак, мы можем заключить, что, просмотрев новости только двух телекомпаний: ГТРК «Ставрополье» и «СвоёТВ», зритель может дополнить собственную реальность новой информацией.

Проведенное исследование показало, что информационные программы ставропольских телеканалов моделируют медиаповестку, основываясь на собственной информационной политике и принципе актуальности информации. В целом, телекомпании заинтересованы в создании положительного образа региона. Однако концепции подачи информации разнятся. Анализ информационных выпусков ставропольских телекомпаний показал, что манера подачи новости в программе «Вести. Ставропольский край» схожа с подачей в федеральных выпусках программы «Вести», подача же информации на «СвоёмТВ» и «26 регионе» более самобытна, имеет свой стиль. Тем не менее, на канале «СвоёТВ» соблюдается официальный тон вещания, а канал «26 регион» предполагает легкую речь ведущих и корреспондентов. В новостях ГТРК «Ставрополье» наш регион всегда представляется на фоне всей большой страны, репортажи как будто говорят зрителю: наш край – важная часть России, имеющая свои культурные и экономические особенности. Для ГТРК Ставропольский край – это земля ответственных, преданных своему делу людей, способных своим трудом приносить пользу всей стране. Новостные выпуски канала «СвоёТВ» создают образ Ставрополя как региона, способного на экономические победы и достойное сохранение традиций. Ставрополье в «своих» новостях рисуется регионом, где не боятся претворять в жизнь креативные идеи и проекты, где не боятся творить, создавая образ современного, трендового региона. «26 регион» большое внимание уделяет региональной власти, создает ее положительный образ, показывает ее как знающую и понимающую все проблемы края и не боящуюся их решать.

Выпуски новостей ставропольских телекомпаний

Дата эфира	Названия сюжетов в структуре выпуска телекомпаний		
	ГТРК «Ставрополье»	Свое ТВ	26 регион
25.07.2017 г.	1. Горит свалка в Советском районе 2. Заседание военно-патриотического общественного движения «Юная Армия» на Ставрополье 3. Бесплатное такси (водители-альтруисты) 4. Проблемы племязавода по выращиванию индейки (с. Обильное) 5. Форум «Партийный проект «Городская среда»». Ставрополье – участник программы «Самый благоустроенный город России» 6. Поэтическая акция «Читаем Лермонтова»	1. Форум «Партийный проект «Городская среда»». Ставрополье – участник программы «Самый благоустроенный город России» 2. Жилищные сертификаты подтопленным Георгиевского ГО 3. Новые методики нейрохирургических операций в Ставрополе 4. Открытие монумента Солдату-освободителю в г. Михайловске 5. Дни Ставропольского края в Дагестане 6. Изменения в законодательстве ЖКХ	1. Совещание об изменениях в законодательстве ЖКХ 2. Форум «Партийный проект «Городская среда»». Ставрополье – участник программы «Самый благоустроенный город России» 3. Открытие монумента Солдату-освободителю в г. Михайловске 4. Акция «Пьяные водители»
01.08.2017 г.	1. Бешенство крупного рогатого скота в Совхозном 2. Перебои с газоснабжением 3. Подтопления в с. Левокумка 4. Погиб Виктор Лавров – тренер по гандболу 5. Арт-объекты из мусора 6. День памяти воинов Первой мировой войны 7. 53 года радио «Маяк»	1. Погиб Виктор Лавров – тренер по гандболу 2. Яблочный сад и хранилище яблок в Курском районе 3. Операция «Должник-пьяница» 4. Комплекс по производству свинины в Красногвардейском районе 5. Введение курортного сбора	1. Назначение нового министра экономики Ставропольского края 2. Ремонт детского сада № 1 в г. Изобильный. Визит губернатора 3. Погиб Виктор Лавров – тренер по гандболу 4. Операция «Должник-пьяница»

Дата эфира	Названия сюжетов в структуре выпуска телекомпаний		
	ГТРК «Ставрополье»	Свое ТВ	26 регион
10.08.2017 г.	1. Введение особого противопожарного режима 2. Досуг на водоеме: рейд на Новотроицком водохранилище 3. Проблемы Отказненского водохранилища 4. Камнепад по дороге в школу в Кисловодске 5. Заброшенные дачи 6. День строителя 7. Открытие завода зерновых культур в Новоселицком районе (хозяйство «Луч») 8. Дизайн придомовых территорий своими руками 9. Выставка меховых изделий	1. Ставропольский детский ансамбль танца «Кавкасион» привез из Грузии Гран-при международного фестиваля 2. День строителя 3. Индустриальный парк «Мастер» 4. Патент на коров в Красногвардейском районе 5. Досуг на водоеме: рейд на Новотроицком водохранилище 6. Открытие завода зерновых культур в Новоселицком районе (хозяйство «Луч») 7. О привлечении инвестиций в регион: совещание с помощником Президента	1. О привлечении инвестиций в регион: совещание с помощником Президента 2. Открытие завода зерновых культур в Новоселицком районе (хозяйство «Луч») 3. Индустриальный парк «Мастер» 4. День строителя

Стоит отметить, что ставропольские новости по сравнению с федеральными информационными программами, выигрывают большей теплотой, близостью к своим зрителям, наличием «положительных» сюжетов. Если общероссийские новости больше времени уделяют «отклоняющимся» от нормы событиям (взрывы, похищения, убийства, забастовки, голодовки и пр.), то ставропольские новости находят место для репортажей с поэтических акций, фестивалей национальных культур, открытия новых памятников и т.д. В представленных выше примерах мы видим, что информационная программа «Вести. Ставропольский край» на 50-60 % состоит из информации с положительной коннотацией. Программы «День» и «Новости 26 регион» зачастую на 90 % и более имеют позитивное содержание. В целом, проведенный нами анализ, показал, что в местных новостях нет

катастрофизма, более пропорционально представлены позитивные и негативные материалы.

В заключение стоит отметить, что ставропольские телевизионные новости являются средством моделирования региональной медиаповестки, каждая из рассмотренных нами программ создает свой образ Ставрополя, формирует собственную информационную повестку дня. Важным считаем отметить наличие нескольких телевизионных СМИ в одном регионе, поскольку данный факт способствует тому, что в эфире будет затронуто как можно больше региональных событий и у зрителя сформируется более полная информационная картина. А какой образ ближе и какие новости включить в свою картину мира, выбирать только зрителю.

Литература

Беленькая Ю.П. Телевизионные новости как средство формирования региональной информационной повестки дня в электоральный период: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2015. 24 с.

Ежова Е.Н., Беленькая Ю.П. Телевизионные новости в электоральный период: основные тенденции производства // Успехи современной науки и образования. Белгород: Ключев Сергей Васильевич. 2016. № 2. С. 117 – 120.

Казаков А.А. Теория установления повестки дня: основные подходы и направления исследования в российской политической науке // Вестн. Моск. ун-та. Серия 12: Политические науки. 2014. № 3. С. 41 – 56.

Клюев Ю.В. Теория и практика массовой информации. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. 100 с.

Липтман У. Общественное мнение / пер. с англ. Т.В. Барчунова, под ред. К.А. Левинсон, К.В. Петренко. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://baguzin.ru/wp-content/uploads/2015/02/%D0%A3%D0%BE%D0%BB%D1%82%D0%B5%D1%80-%D0%9B%D0%B8%D0%BF%D0%BF%D0%BC%D0%B0%D0%BD-%D0%9E%D0%B1%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5-%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B5-%D0%BC%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5.pdf> (дата обращения: 24.04.2018).

Фокина О.А. Региональная повестка общероссийской периодики: теоретическая и эмпирическая модели // Вопросы теории и практики журналистики. Иркутск: Байкальский гос. ун-т. 2012. № 2. С. 124 – 130.

Черникова В.Е., Молчанова Е.Н., Климова Л.Е. Масс-медиа в культуре информационного общества. Ставрополь: ООО «Мир данных», 2007. 142 с.

Черных А. Мир современных медиа. М.: Территория будущего, 2007. 312 с.

Шурыгина Е.А. Информационная повестка дня региональной общественно-политической радиостанции в условиях социально-экономической нестабильности // Век информации. СПб.: Изд-во СПбГУ. 2017. Т. 1, № 2. С. 257 – 258.

References

Belen'kaya Yu.P. *Televizionnyye novosti kak sredstvo formirovaniya regional'noy informatsionnoy povestki dnya v elektoral'nyy period: avtoref. dis. kand. filol. nauk.* Voronezh, 2015. 24 p. (In Russian).

Ezhova E.N., Belen'kaya Yu.P. Televizionnyye novosti v elektoral'nyy period: osnovnyye tendentsii proizvodstva, *Uspekhi sovremennoy nauki i obrazovaniya*. Belgorod: Klyuev Sergei Vasil'evich, 2016, no. 2, pp. 117-120. (In Russian).

Kazakov A.A. Teoriya ustanovleniya povestki dnya: osnovnye podkhody i napravleniya issledovaniya v rossiiskoy politicheskoy nauke, *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 12: Politicheskiye nauki*. 2014, № 3, pp. 41-56. (In Russian).

Klyuyev Yu.V. *Teoriya i praktika massovoy informatsii*. Moscow; Berlin: Direkt-Media, 2015. 100 p. (In Russian).

Lippman U. *Obshchestvennoye mneniye*. Per. s angl. T.V. Barchunova, pod red. K.A. Levinson, K.V. Petrenko. M.: Institut Fonda «Obshchestvennoye mneniye», 2004. 384 p. Available at: <http://baguzin.ru/wp/wp-content/uploads/2015/02/%D0%A3%D0%BE%D0%BB%D1%82%D0%B5%D1%80-%D0%9B%D0%B8%D0%BF%D0%BF%D0%BC%D0%B0%D0%BD-%D0%9E%D0%B1%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B5-%D0%BC%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5.pdf> (accessed: 24.04.2018). (In Russian).

Fokina O.A. Regional'naya povestka obshcherossiiskoi periodiki: teoreticheskaya i empiricheskaya modeli, *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*. Irkutsk: Baikal'skiy gosudarstvennyy universitet, 2012, № 2, pp. 124-130. (In Russian).

Chernikova V.E., Molchanova E.N., Klimova L.E. *Mass-media v kul'ture informatsionnogo obshchestva*. Stavropol': OOO «Mir dannyykh», 2007. 142 p. (In Russian).

Chernykh A. *Mir sovremennykh media*. Moscow: Territoriya budushchego, 2007. 312 p. (In Russian).

Shurygina E.A. Informatsionnaya povestka dnya regional'noy obshchestvenno-politicheskoy radiostantsii v usloviyakh sotsial'no-ekonomicheskoy nestabil'nosti, *Vek informatsii*, SPb.: Izd-vo SPbGU, 2017, Tom 1, № 2, pp. 257-258. (In Russian).

Elena N. Larionova (Stavropol, Russian Federation)

Stavropol Television News as a Means of Modeling the Regional Media Agenda

In modern society, the reality shaped by TV, can be seen as one of the most effective tools of formation picture of the world as the individual and society as a whole. This article examines the phenomenon of information resources in regional aspect. The work is devoted to the analysis of news programmes of television channels Stavropol «ItsTV», «STRC «Stavropol»» and «26 region» and to identify the degree of their influence on the design of regional mediapoint. The news create a special TV reality, which, in its turn, has a significant influence on the formation of the world picture of the audience. For people receiving the main flow of information only from their everyday life and screen, it was TV events become structural in the formation of their own mediapoint. Because, in reality, the media cannot cover all events in the world, they are filtered in accordance with their own objectives and present. In this regard, the author believes it is important to have multiple television media in the same region, since this fact contributes to the fact that the air will be affected as many of the regional events and the viewer will form a more complete information picture. The article considers

how different phenomena are devoted to the Stavropol news, or they offer the audience information about the same events.

Key words: *agenda, media agenda, information agenda, regional news, Stavropol television.*

Elena N. Larionova – candidate of philosophical sciences, associate professor. Department of journalism, Humanitarian Institute. North-Caucasus Federal University. Stavropol. Phone: 8-918-751-34-24, e-mail: elemolchanova@yandex.ru