Марина Вадимовна Ливанова
Смоленский государственный университет
marliv@rambler.ru

Трансактивность как социальная функция локальных СМИ

Рассматривается трансактивность как сочетание творческой и организационной деятельности традиционных локальных СМИ. На примере участников конкурса «10 лучших газет России-2026» исследованы результативные журналистские практики решения проблем граждан и развития территории в условиях сужения спектра тем и ограничения политических дискурсов.

Ключевые слова: трансактивность, «10 лучших газет России-2026», повседневная жизнь, социальная функция.

Неоспоримым преимуществом локальных СМИ является близость к аудитории. Внимание к повседневности − малозаметным будням обычного человека − рассматривается как необходимое условие создания правдивой и реалистичной жизненной картины, сглаживания социального напряжения, актуализации значимости местных проблем. Издания интенсивно развивают сообщество на всех платформах и как субъекты социальных изменений конкурируют в локальном медиаландшафте с аккаунтами чиновников, пресс-службами администраций, пабликами «Подслушано».

Мера участия журналистики в решении проблем граждан и развития территорий исследована на примере участников ежегодного конкурса «10 лучших газет России», организованного Союзом журналистов РФ и редакцией журнала «Журналистика и медиарынок». В 2026 году среди победителей не было ни одного частного издания, тогда как лауреатами первого конкурса (2014 год) были девять частных и одно государственное СМИ. Следствием приоритета официальной повестки учредителя и

монологичной модели коммуникации становятся ограничение остросоциальной проблематики (экономика, медицина, цены), отсутствие аналитических публикаций, расследований, серьезной критики. Финансовая зависимость СМИ от местной власти почти всегда означает отсутствие критики именно местной власти и ее региональной политики [1]. Член Экспертного совета конкурса П. Шишкин констатирует: «Какие высокие профессиональные требования предъявлять, когда предельно сузился круг возможных тем, когда количество всяческих “нельзя” давно уже превысило количество дозволенного к освещению?» [4: 10] – и предлагает разделить понятия «газета» и «журналистика». Часть редакций-участников переориентировалась на «позитив», «добрые новости», но большинство сосредоточилось на историях о земляках, местных культурных ценностях, «жизни как она есть», о чем говорят здесь и сейчас, предлагая жителям совместное решение проблем.

Сегодня печатные СМИ пробуют продавать обществу не контент как товар, а свою социальную функцию. Текущий этап в развитии тенденции, по мнению И. Д. Фомичёвой, – это «трансактивность, сочетание творческой и организационной деятельности: не только усилий по сторителлингу, но и по разработке, организации и осуществлению разнообразных акций и проектов, предполагающих владение нетрадиционными для журналистов и других медиапрофессионалов навыками» [2: 499]. Синонимами трансактивности выступают «проактивная журналистика», «журналистика решений», «журналистика результата». Из 19 номинаций конкурса 12 содержат в названии слово «проекты». В зависимости от времени работы СМИ с проблемой и масштаба помощи из практики участников конкурса выделены следующие типы результативности [3].

1. «Скорая помощь» (оперативное вмешательство в ситуацию ответственности местной власти: разрытые улицы, поваленные деревья, оставшееся без тепла и света общежитие, конфликты с соседями, сбор средств для нуждающихся, помощь в оформлении документов). Журналисты

– защитники, спасатели, медиаторы, заменяющие собой институциональные формы социальной поддержки.

2. Недопущение нежелательных результатов (циклы публикаций по жалобам граждан, регулярное обращение к региональной администрации, привлечение экспертов, постоянный контроль: невывоз мусора, помощь беженцам и переселенцам, коллаборация с благотворительными фондами и волонтерами).

3. Выявление инициатив (долгосрочное исследование проблем по сообщениям граждан, журналистские эксперименты «Испытано на себе», ежегодные премии «Народное признание», историко-культурные проекты).

4. Обозначение стратегии (влияние на управленческую систему территории для решения системных проблем, активизация местного сообщества: социализация вернувшихся с СВО). Балансируя между финансовой устойчивостью и общественной миссией в условиях ограничения политических и идеологических дискурсов и сужения спектра тем, локальные СМИ стараются использовать ресурсы трансактивности, чтобы сохранить журналистику для своей аудитории.

Литература

1. Нигматуллина К. Р. Место социальных сетей в развитии региональной журналистики в России // Вестн. Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. 2021. № 1. С. 30–50.

2. Фомичева И. Д. Массовая коммуникация и новые формы социальной общности // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: сб. матер. междунар. научно-практич. конф. / отв. ред. Е. Л. Вартанова, Я. Н. Засурский. М.: Медиамир, Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2018. С. 499.

3. Фролова Т. И., Гатилин А. С., Пивоварова Е. Л. Редакторы районных газет о перспективах локальных СМИ: результаты исследования // Вопросы теории и практики журналистики. 2024. Т. 13. № 1. С.69–87.

4. Шишкин П. 2026 по Фаренгейту // Журналистика и медиарынок. 2026. № 7-8. С.10–16.