

УДК 316.77

Алагулова Мария Владимировна

магистрант направления подготовки
«Государственное и муниципальное
управление»
Российская академия народного хозяйства и
государственной службы при Президенте РФ
Челябинский филиал
Россия, Челябинск
alagulova1993@mail.ru

Maria V. Alagulova

master of the direction of preparation «The
public and municipal administration»
Russian academy of national economy and
public service under the President
of the Russian Federation
Chelyabinsk branch
Russia, Chelyabinsk
alagulova1993@mail.ru

**РОЛЬ РЕГИОНАЛЬНЫХ СРЕДСТВ
МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В
СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ**

**THE ROLE OF REGIONAL MEANS OF MASS
INFORMATION IN THE MODERN SOCIETY**

Аннотация

В статье рассматривается роль региональных средств массовой информации в современном обществе, в частности, их место, в качестве инструмента, в системе государственного управления. Обозначены факторы и выявлены причины, повлиявшие на регионализацию информационного пространства страны. Проведено предварительное ознакомление с текущим состоянием медийной площадки Ханты-Менсийского автономного округа – Югры.

Ключевые слова:

средства массовой информации,
информационный обмен, медиа

Abstract

In the article is considered the role of regional mass media in modern society, in particular, their place as an instrument in the system of public administration. Also were identified the factors and the reasons, that have influenced the regionalization of the information space of the country. It was conducted a superficial acquaintance with the current state of the media platform of the Khanty-Mansiysk Autonomous district - Ugra.

Keywords:

are the mass media, the information exchange, the media

Жизнь современного общества немыслима без средств массовой информации. Абсолютно каждый человек ежедневно испытывает потребность в новых сведениях, ведь от степени осведомлённости зависит уровень жизни.

Многие исследователи в области журналистики называют СМИ «четвёртой властью» [4]. Это не случайное утверждение, поскольку именно эта сфера формирует общественное мнение, оказывает влияние на все происходящие в обществе процессы и способствуют просвещению населения.

В современных условиях на работу журналистов воздействуют разные факторы, в особенности деятельность органов государственной власти. Средства массовой информации для них – инструмент, с помощью которого можно манипулировать общественным сознанием. Однако это определение нельзя отнести к независимым изданиям, телеканалам или радиостанциям, которые осуществляют свою деятельность за счёт средств вырученных от продажи производимого ими продукта. Остальные, просто вынуждены трудиться в угоду своим «финансовым кураторам»,

другими словами учредителям, в качестве которых чаще всего выступают органы власти.

Процесс взаимодействия средств массовой информации с властью нуждается в разработке четкого перечня правил и запретов. Если не выстроить идеальную модель их взаимоотношений, то в скором времени СМИ утратят доверие аудитории. А это напрямую говорит о том, что органы власти могут потерять инструмент, по средствам которого можно вести открытый диалог с населением. Не стоит забывать и о том, что медиаструктуры всегда помогают гражданам лучше ориентироваться в окружающем их мире, находить ответы на волнующие вопросы.

Выбор определённого издания, телеканала, радиостанции формируется исходя из учёта многих факторов, немаловажными причинами являются: техническая доступность и географическое расположение. Подобные условия оказывают весомое влияние на развитие медиаструктур во многих регионах России, не исключение и Ханты–Мансийский автономный округ – Югра, знаменитый своими обширными площадями, а также наличием труднодоступных территорий. Несомненно, на выбор существенно влияет и социальная принадлежность человека. Определяющими факторами могут быть также материальная обеспеченность, уровень культурного развития, условия проживания.

Остановимся на знакомстве с основными характеристиками региона, где значимость местных средств массовой информации весьма высока, с учётом некоторых неизменных условий, к примеру, географическое расположение.

Итак, Ханты–Мансийский автономный округ – Югра, весьма специфический регион, он имеет множество характерных особенностей, которые по ряду показателей выводят его на лидирующие позиции среди других субъектов Российской Федерации. По данным официального сайта региона округ занимает первое место в стране по добычи нефти и производству электроэнергии, второе – по промышленному производству и добыче газа и третья позиция по объёму инвестиций в основной капитал [3]. Помимо этого ежегодно в Югре растёт число новостроек для расселения граждан по разным программам, прослеживается положительная динамика в ипотечном кредитовании, хорошо развито транспортное сообщение. Особое внимание местное правительство уделяет социальной сфере, в особенности, сохранению национального колорита. Исходя из вышеизложенного, можно смело утверждать, что Югра весьма дина-

мично наращивает экономические мышцы за исключением некоторых направлений, например, развитие региональных средств массовой информации.

Сокращение необходимого финансового потока в данную сферу, повлекло за собой ряд изменений, многие из которых на сегодняшний день принимают статус проблемы. Различные реформы, обусловленные экономией, могут в скором будущем обойтись весьма дорого.

Сегодня, многих журналистов в округе не устраивает оплата труда, по этой причине, происходит так называемая «утечка мозгов» в другие регионы. Некоторые руководители, ввиду значительного сокращения финансирования их компаний, часто принимают неверные управленческие решения, в результате чего покидают свои посты, нередко встречаются случаи, когда редакторы не могут согласиться с политикой управления, которую навязывают «финансовые кураторы».

Система местных СМИ перестала совершенствоваться, на фоне чего производимая ею продукция стала менее качественной и теряет своего потребителя. Подобная отрицательная динамика просто несовместима с жизнью современного общества, как известно, каждый человек ежедневно нуждается в новых сведениях.

Потребность изучения государственной политики в области СМИ, в особенности региональных, которые всё меньше проявляют конкурентоспособность на информационном рынке, актуальна как некогда.

Представители государственных органов Югры, из числа, регулирующих информационную сферу вышеуказанного региона, разрабатывают много новшеств, которые должны улучшить положение медиаструктур, однако, по мнению многих местных журналистов, уровень практического применения данных методов слишком низок.

К примеру, концепция «Бережливый регион – бережливое производство», которую обсудили на XI окружном форуме «Информационный мир Югры», прошедшем в прошлом году в Ханты-Мансийске. Касательно данного проекта директор департамента общественных и внешних связей Елена Шумакова отметила: «Бережливые технологии направлены на снижение всех видов потерь, это – не сокращение и увольнение работников. Главная задача – повысить производительность труда в 2-2,5 раза, медиа-структуры должны начать зарабатывать на рынке».

Здесь же управляющий партнер экспертной группы «ЛюдиPeople» из Москвы Оксана Талицына подчеркнула: «Стоит запомнить, что оптимизация – это сокращение

ресурсов, а «бережливый регион» – сохранение ресурсов, перестройка работы. Эта концепция повысит качество жизни, научит ценить то, что мы имеем. Югра – пилотный регион, поэтому округ должен стать законодателем мод и показать, как применять концепцию» [2].

На сегодняшний день, данный инновационный проект, по-видимому не реализуется, потому как, потеря квалифицированных кадров не приостановилась, а некоторые медиаструктуры экономят во вред себе. К примеру, пресса, некоторые издания в целях экономии по-прежнему пользуются услугами иногородних типографий, что влияет на самые главные характеристики любого СМИ – свежесть и качество вышедшей информации.

Переоценить значимость региональных средств массовой информации невозможно. Их появление оказало своё влияние на социально-экономическую, политическую жизнь регионов. К примеру, если говорить о телевидении, то как пишет В.В. Егоров [1]: «самой мощной тенденцией на рубеже веков стала децентрализация и регионализация вещания». Другими словами, он считает, что главная причина заключается в том, что региональные медиа способны более точно учитывать социальные, возрастные, национальные и иные особенности населения конкретной территории, также для аудитории их информация более убедительна.

Президент факультета журналистики МГУ Я. Засурский достаточно подробно описал время и причины появления региональных СМИ. Информационное пространство страны подверглось процессу регионализации в конце двадцатого века [5].

Он говорит о том, что общероссийские медиа функционируют в рамках модели «для всех обо всём», их главная сложность состоит в проблеме преодоления пространства. Ведь Россия большая страна, здесь у каждой провинции свой социальный уклад, поэтому организовать широкий информационный обмен между всеми сообществами просто невозможно. Рассчитывать на всероссийскую аудиторию и сохранить общее информационное поле, оставляя жизнь регионов в стороне невозможно.

Что же способствовало появлению региональных СМИ? Во-первых, экономическое и политическое укрепление самостоятельности регионов. Затем снижение покупательной способности населения. Помимо этого активность региональных властей и деловых элит также привело к укреплению местных СМИ, которые стали незаменимым инструментом влияния на общественное мнение. И

последний момент, который подпитывал регионализацию информационного пространства, процесс крушения идеалов сильного централизованного государства. Усиливалась идеология возрождения России через провинцию.

Исходя из вышеизложенного можно смело сказать, что региональные средства массовой информации пройдя, долгой путь укрепления своих позиций на информационном рынке, для органов государственной власти стали незаменимым инструментом воздействия на мнения отдельных групп людей, а также общества в целом. А поскольку институт СМИ начал рушиться, государственная политика в этой области нуждается в срочном совершенствовании.

Список использованных источников

1. Егоров, В. В. Телевидение: страница истории / В. В. Егоров. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 202 с.
2. Лейниш, А. Югорский медиа-мир приступил к изучению концепции бережливого региона [Электронный ресурс] / А. Лейниш. – Режим доступа : <http://ugra-news.ru/article/28012016/24748>. – 28.01.2016.
3. Общие сведения об округе [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.admhmao.ru/ob-okruge/obshchie-svedeniya/>. – 12.02.2016.
4. Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики / Е. П. Прохоров. – М., 2011. – 352 с.
5. Система средств массовой информации России / под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 259 с.
6. Демьянов, Д.Г. Способы повышения эффективности бизнес-процессов / Д.Г. Демьянов, Н.М. Жеданова // Сборник статей и тезисов докладов XI Международной научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов, 25 января 2015 г. – Челябинск, 2015. – С. 194-196.