

Волкова Ольга Сергеевна

аспирантка кафедры социальных технологий
Ярославского государственного университета
им. П.Г. Демидова
OlgaVolkova2610@yandex.ru

**СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ
РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ
В УСЛОВИЯХ
ПОЛИТИЧЕСКОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ
РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА
(НА ПРИМЕРЕ
ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Аннотация:

В статье представлены результаты авторского исследования региональных СМИ, описано их современное состояние и выявлены основные тенденции дальнейшего развития.

Ключевые слова:

СМИ, региональные СМИ, политическая модернизация, СМИ как политический институт, «четвертая власть», Ярославская область.

Volkova Olga Sergeevna

post-graduate student of the chair of
social technologies,
Yaroslavl State University
OlgaVolkova2610@yandex.ru

**CONDITION AND PROSPECTS OF
DEVELOPMENT OF
REGIONAL MASS-MEDIA
IN CONDITIONS OF
POLITICAL MODERNIZATION OF
RUSSIAN SOCIETY
(ON THE EXAMPLE OF
YAROSLAVL REGION)**

The summary:

In the article the results of author's research of regional mass-media are presented, their current state is described and the basic tendencies of the further development are revealed.

Keywords:

mass-media, regional mass-media, political modernization, mass-media as political institute, «the fourth power», Yaroslavl region.

Современный этап модернизации российского общества охватывает все сферы жизнедеятельности социума, среди которых особое значение имеет политическая. Под политической модернизацией понимают развитие традиционных политических институтов и процессов, а также инициирование возникновения принципиально новых [1]. К таковым вполне обоснованно относятся современные СМИ, состояние и развитие которых представлено сосуществованием традиционных бумажных и развитием инновационных электронных средств массовой коммуникации.

Они по-прежнему выполняют функции «четвертой власти», активно влияют на федеральные, региональные и местные политические процессы, отличаются сложной классификацией, степенью географической распространенности и уровнем востребованности у населения.

Понимание и исследование состояния и перспектив современных региональных средств массовой информации позволяет обозначить их как «периодическое печатное издание, радио-, теле-, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации» [2]. Несмотря на процесс регистрации сайтов в качестве СМИ, понятие «Интернет» не упоминается в Законе РФ «О средствах массовой информации».

В настоящее время существует множество классификаций СМИ по различным признакам. Наиболее распространенной типологией является деление СМИ на печатные, электронные и информационные агентства. К печатным СМИ относятся: газеты, журналы, бюллетени, листовки, рекламные щиты. Газеты бывают государственные и частные; ежедневные и еженедельные; серьезные и массовые; общественно-политические и отраслевые (тематические); региональные и надрегиональные («центральные»). Журналы: государственные и частные; еженедельные – ежемесячные – ежеквартальные; серьезные и массовые; общественно-политические и отраслевые (тематические): региональные и надрегиональные («центральные»). Бюллетени и справочники: региональные и надрегиональные («центральные»); комбинированные и специализированные.

К СМИ, имеющим общенациональный статус, относятся организации, которые покрывают половину и более субъектов федерации. Под региональными СМИ понимают издания, обслуживающие отдельные субъекты федерации, и периодику, рассчитанную на более крупную часть страны. Под городскими или местными СМИ понимают издания телевизионные и радиоканалы, рассчитанные на аудиторию в районах и городах областного (республиканского) подчинения. Сегодня это наиболее популярный тип печатных периодических изданий, конкурирующий с региональными газетами. Существует муниципальная пресса – газеты городских районов и малых

населенных пунктов (в пределах полномочий муниципальной власти). Муниципальные газеты обычно не выходят за границы территории своих районов и остаются для многих их жителей, наряду с телевидением и радио, главным и привычным источником информации.

Выделенный для исследования регион – Ярославская область, отличается высокой степенью информированности ее населения о происходящих событиях в разных сферах жизнедеятельности российского общества: здесь представлены все виды теле-, радио-, интернет-связи, а жители области являются активными пользователями их услуг. Данное обстоятельство позволяет широкой общественности принимать непосредственное активное участие в обсуждении, корректировке и реализации социально-политических программ и проектов.

Наряду с федеральными, в ярославском регионе существуют местные СМИ. Так, среди самых популярных местных печатных изданий можно отметить «Родной город», «Городские новости», «Северный край», «Золотое кольцо» [3]. Среди местных телеканалов лидируют ГТРК «Ярославия» и «Городской телеканал». Согласно проведенному исследованию [4], более 50 % жителей Ярославля пользуются Интернетом.

По состоянию на 2010 г. в Ярославле было зарегистрировано 60 СМИ. В настоящее время действует 411, из них – 285 печатных, 66 телепрограмм, 53 радиостанции. При этом в ходе проверок Управления Роскомнадзора выяснилось, что больше 53 % из зарегистрированных СМИ не осуществляют свою деятельность, а следовательно, действующих СМИ в Ярославле не больше 200 [5].

Автором в 2011 г. был проведен эксперт-опрос, в котором приняли участие 15 экспертов из Ярославля и Рыбинска, работающие в сфере СМИ: главные редакторы, шеф-редактор, заместители редактора, корреспонденты, руководитель, консультант, главный специалист аналитического отдела, директор, заместитель директора, пресс-секретари.

Целью исследования стало выявление тенденций развития региональных СМИ в Ярославской области. Задачи исследования включали:

- изучить состояние СМИ Ярославской области на 1 июня 2011 г.;
- проанализировать динамику изменений, происходящих в СМИ Ярославской области;
- выявить характер взаимодействия местных органов власти и СМИ в Ярославской области.

Анкета состояла из 12 основных вопросов закрытого и открытого типа. Результаты анализа эксперт-опроса показали, что в Ярославской области можно выделить следующие тенденции развития региональных СМИ.

Прежде всего, речь идет о том, что влияние власти на СМИ в городе Ярославле значительно меньше, чем в Ярославской области. Эта тенденция, по мнению автора, связана с тем, что с середины 2000-х г. многие СМИ стали муниципальными учреждениями, финансируемыми из бюджета.

Другая тенденция развития региональных СМИ, выявленная в ходе исследования – это резкое падение тиражей печатных изданий; наряду с которой существует проблема их завышения. Причиной этого, по мнению экспертов, является активное привлечение рекламодателей.

Принципиальной стала выявленная тенденция развития новых технологий деятельности региональных СМИ. Так, у Интернет-порталов появились возможности стать независимыми и авторитетными источниками информации.

Еще одной тенденцией, выявленной в ходе исследования региональных СМИ, является снижение доверия к СМИ, падение их авторитета. Это связано с тем, что финансово средства массовой информации зависят от учредителя, они не всегда могут объективно представить и интерпретировать факты и события.

Следующей выявленной тенденцией стал выход региональных оппозиционных СМИ в интернет-пространство. По мнению автора, это связано с особенностями его функционирования и постоянным расширением его пользователей и, прежде всего, молодежи.

В ходе исследования автор провел сравнение тенденций развития региональных и местных СМИ, выделив при этом следующее: медиапространство Ярославской области развивается неравномерно; наблюдается незначительное доминирование государственных СМИ в г. Ярославле; финансово все СМИ зависимы от учредителей. Можно констатировать, что муниципальные СМИ имеют низкий тираж, в районах отмечается влияние власти на СМИ. В то же время в медиапространстве городов Рыбинска, Переславля-Залесского, Углича, Тутаева в целом наблюдается противоположная картина: муниципальные СМИ занимают доминирующие позиции, они взаимодействуют с местными властями, которые обеспечивают их финансово (газеты Ярославля («Городские новости»), Тутаева («Берега»), Переславля («Переславская неделя»), Рыбинска («Рыбинские вести»), Углича («Угличская газета») поддерживаются муниципальными властями).

В Ярославской области наблюдается резкое падение тиражей печатных изданий и снижение профессионализма журналистов. Финансово-экономический кризис оказал негативное влияние на СМИ: уменьшилось количество полос и сократилась частота выхода, некоторые областные газеты ушли с медиарынка, газета «Ярославская неделя» сначала раскололась на два издания, потом просто прекратила свое существование, сильно снизился тираж «Караван-РОС», сократилось количество полос у «Ярославских новостей», газета «Золотое кольцо» потеряла свой имидж и оказалась близка к ликвидации, газета «Родной город» вышла на рынок со своей четко выраженной концепцией и программой действия, с проработкой стиля подачи материала и в начале 2010 г. стала провинциальным изданием.

Основной тенденцией ярославских СМИ стало развитие Интернета и новых интернет-технологий. У интернет-порталов (Yarportal.ru) есть все шансы стать независимыми и авторитетными источниками информации. В Угличе существуют интернет-порталы – Информационный портал Угличского муниципального района, Угличский деловой портал.

Все без исключения особенно выделяют развитие интернет-пространства. В Ярославской области появились современные интернет-ресурсы, которые предлагают своим посетителям оперативную информацию практически в режиме «онлайн», дополнительный контент, интерактивное общение с пользователем.

Таким образом, проведенное исследование состояния и перспектив развития региональных СМИ в условиях политической модернизации российского общества показало наличие противоречивых тенденций, неравномерность их развития, тенденцию к распространению электронных СМИ и резкое сокращение бумажных. Дальнейший процесс развития региональных СМИ, по мнению автора, будет осуществляться в интернет-пространстве и характеризоваться возникновением новых форм информирования населения и его отдельных групп.

Ссылки:

1. Албегова И.Ф., Шаматонова Г.Л. Теоретико-методологические основы изучения процессов развития гражданского общества в современной России и ее отдельных регионах // Гуманитарные и социальные науки. 2010. № 8. С. 125–130.
2. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации» // Российская газета. 08.02.1992. № 32.
3. URL: <http://www.socismr.com/> (дата обращения: 15.05.2011).
4. Там же.
5. Туренко О. Печатные издания Ярославля. URL: <http://www.mediaguide.ru/> (дата обращения: 15.05.2011).

References (transliterated):

1. Albegova I.F., Shamatonova G.L. Teoretiko-metodologicheskie osnovy izucheniya protsessov razvitiya grazhdanskogo obshchestva v sovremennoy Rossii i ee ot-del'nyh regionah // Gumanitarnye i sotsial'nye nauki. 2010. No. 8. P. 125–130.
2. Zakon RF ot 27 dekabrya 1991 g. No. 2124-1 «O sredstvakh massovoy informatsii» // Rossiyskaya gazeta. 08.02.1992. No. 32.
3. URL: <http://www.socismr.com/> (date of access: 15.05.2011).
4. Ibid.
5. Turenko O. Pechatnye izdaniya Yaroslavl'ya. URL: <http://www.mediaguide.ru/> (date of access: 15.05.2011).