DOI: 10.17117/na.2016.01.03.370

<http://ucom.ru/doc/na.2016.01.03.370.pdf>

Поступила (Received): 30.01.2016

Баранкевич Л.А. Концепция развития местных ТРК малых сибирских городов Югры на современном этапе развития

Barankevich L.A. The concept of local TV and radio companies of small Siberian towns of Ugra at the present stage of development

*The concept of local TV and radio companies of small
Siberian towns of Ugra at the present stage of
development*

Ключевые слова: региональные территориальные
общности, локальные системные единицы,
реформирование российского общества

*The new conditions of the post-Soviet period in the
development of regional media, particularly local
TRC*

Key words: regional territorial communities, local
system edinitsy, reform of Russian society

Баранкевич Лолита Анатольевна

Кандидат филологических наук, педагог
Центр детского творчества
г. Сургут, ул. Республики, 78

Barankevich Lolita Anatolievna

Candidate of Philological Sciences, teacher
Children's creativity center
Surgut, Republic st., 78

В новых условиях постсоветского периода, общей тенденции глобализации, локализации средств массовой информации, численность региональных и местных телеканалов, Ханты-Мансийского округа в частности, на порядок выше численности каналов общероссийских, что подтверждают государственные статистические данные, а также результаты исследователей аудиовизуальных средств массовой информации последних десятилетий. Аудитория местных ТРК очень локальна, что делает невозможным изучение каждого из них как самостоятельного бренда в рамках общероссийских опросов. Анализируя тенденции развития региональных электронных СМИ, невозможно объединить их в некую целостную систему, обладающую сходными признаками единой тематической составляющей, жанровыми особенностями (все равно, что измерять "среднюю температуру по больнице"), в тоже время, изучая контент каждого телеканал в отдельности необходимо четко предполагать какие практические и содержательные выводы можно сделать, если в каждом конкретном случае все данные строго привязаны к определенному ТРК, к определенному городу и региону.

Особенности развития Югорских СМИ заключается в некоторой исключительности и особом, более пристальном внимании к тематической составляющей местных ТРК со стороны телезрителей монопрофильных городов нефтедобывающего региона. Повышенное внимание к местным mass media, связано в

первую очередь, с некоторой территориальной изоляцией постоянно-проживающих в округе (у большинства монопрофильных городов нет железнодорожного сообщения, что приводит к возрастанию прямых контактов в условиях ограниченного числа жителей); низкой насыщенностью инфраструктуры (отсутствие целого ряда культурно-просветительских учреждений: музеев, театров, картинных галерей и на этом фоне возрастание значения местных средств массовой информации); а также с наметившейся в последние годы устойчивой тенденцией роста благосостояния жителей округа, а отсюда потребность в развитии учреждений культуры, региональных средств массовой информации.

Новое направление развития информационного поля Югры последних семи – десяти лет – создание частных и акционерных телекомпаний, учредителями которых являются частные лица, это могут быть работники ТРК, или другие заинтересованные лица, представители крупного капитала, градообразующих предприятий, городских, или окружных структур муниципальной власти.

Необходимо признать, в настоящее время формирование программной политики электронных СМИ Югры идет не от совокупности реальных потребностей и интересов города, округа, а от задач, определяемых муниципальной, или окружной системами управления, крупным капиталом, которые они стремятся реализовать административными методами, сверху – вниз. Первоочередная задача местных электронных СМИ – обеспечение «разомкнутости» информационного процесса, создание условий для более полного включения аудиовизуальных СМИ в общественные структуры, на основе автономности его существования как информационного института. Только осознание того, что и само телевидение является саморазвивающейся системой, может привести электронные СМИ к реальному социальному взаимодействию с обществом. Возникающее противоречие между объективностью в подаче информации и экономическими и политическими интересами учредителей, усугубляется социально-культурными, политическими процессами монопрофильных городов Западной Сибири постсоветского периода, нестабильным экономическим положением градообразующих предприятий, изменением статуса большинства из них.

Появление в Югре значительного количества региональных телекомпаний, кабельных студий, новых печатных изданий, пресс-центров (чуть ли не на каждом предприятии), в конце 80-х – начале 90-х прошлого столетия, вполне закономерно и оправдано для периода переустройства и становления новой формации. Средства массовой информации Ханты-Мансийского округа – Югры в большинстве случаев распадаются на две категории: газеты, телерадиокомпании областные, рассчитанные на областной центр, и на города и поселки, находящиеся в пределах округа, и средства массовой коммуникации городские, что присуще не только ханты-мансийскому округу, но и большинству региональной прессы страны. Часто они очень серьезно отличаются друг от друга, во-первых, аудиторией, во-вторых, методами своей работы. Городские СМИ имеют большие преимущества для поддержания контактов с аудиторией: постоянного читателя или зрителя проще приобрести в рамках города, чем округа, или области.

В данном случае структуризация прессы идет по пути создания двух административных уровней: с одной стороны, соучредительство и поддержка регионального ТВ губернаторской властью, с другой – СМИ с участием городской мэрии и ее соучредительством. Это способствует плюрализму местной прессы, отражает иногда внутренние противоречия административного характера, а иногда и разные интересы населения городского и сельского, которые также нужно учитывать.

После 1991 г. содержание диалогических передач с участием народа изменилось. Тематика общения переместилась в область развлечений и свободного времяпровождения. «Может создаться впечатление, будто жизнь россиянина такова, что больше всего ему не хватает развлечений, остальным он пресыщен» [1]. Эмоциональный всплеск упоения свободой довольно быстро прошел. Как отмечает В.В.Егоров в регионах, также как и в столице, «вместо партийного монополизма в тоталитарный период стала ощущаться угроза другого монополизма – всевластия отдельных финансовых структур» [2].

Если рассматривать Западно-Сибирский регион, в первую очередь, это нефтегазодобывающие гиганты, такие как ЛУКОЙЛ, Сургутнефтегаз, Газпром и др. [3]. Финансовая и экономическая ситуация в России обусловила формирование информационных монополий, «когда в руках отдельных владельцев или промышленной группы сосредотачиваются контрольные полномочия основных федеральных печатных и электронных СМИ». Подобные монополии, но на другом уровне формируются и в Ханты-Мансийском округе. Ни о какой свободной конкуренции в этих условиях речи идти уже не могло. «Не вызывает сомнений, что развитие журналистики пойдет по пути капитализации. Вместе с тем экономический кризис августа 1998г. усилил позиции властных структур, особенно в сфере региональной журналистики», подтверждают вышесказанное выводы научно-практической конференции «Журналистика в 1998г. [4]. Нетрудно заметить как наше главное демократическое достижение – свобода слова, при нынешнем состоянии первой, второй и третьей ветвей власти, сильно потускнело. За словом должно следовать дело. А его то и нет, – утверждает Ненашев Ф.М. Пресса, потеряла возможность влиять на государственные и общественные структуры. Чего бы ни написали, к кому бы ни обращались СМИ – никакой реакции, все уходит "в песок" [5]. Свобода слова, на самом деле, по мнению ведущего аналитической телепрограммы «Постскриптум» (ТВЦ) Алексея Пушкова, – это когда граждане свободно и обоснованно критикуют власть, а та принимает критику во внимание. За прошедшие годы владельцам СМИ удалось отучить аудиторию от активного участия в жизни общества через средства массовой информации [6].

Вместе с тем многие исследователи отечественных СМИ утверждают, что «именно региональные территориальные общности являются локальными системными единицами реформирования российского общества» [7]. К счастью, в провинции», – считает Ненашев М.Ф., – по-прежнему чтят читателя». Именно с регионов может и должен начаться демократический процесс обновления отечественных СМИ. [8] Сейчас в центре внимания прессы очень узкий круг политиков и экономистов, деловых людей так называемой элиты. [9] Пожалуй,

только со страниц региональной прессы не исчезли еще обычные рядовые люди. Местная печать – все же не отрывается от земли [10]. Халтанова С.С. делает вывод: именно **региональные территориальные общности являются локальными системными единицами реформирования российского общества**. Если в конституции Испании записано, что Испания является страной провинций, то не в меньшей степени это относится к России, которая должна стать страной регионов [11].

Последнее десятилетие XX, начало XXI века оказалось для российского общества одним из самых сложных в его новейшей истории. Новый принцип социально-технической организации жизни, утверждающийся в обществе, требует переосмысления принципиальных моментов функционирования всех средств массовой информации, телевидения в частности. Успешность и максимально быстрый темп этих преобразований могут быть обеспечены только при всестороннем использовании опыта, накопленного местными средствами массовой информации и телевидением, при учете позитивных изменений, которые произошли в сфере информационно-публицистических выступлений в региональной прессе в последние годы. Это требует глубокого осмысления и систематизации деятельности местных телерадиокомпаний, как важной составляющей глобального информационного процесса.

Список используемых источников:

1. Грабельников А.А. Средства массовой информации в постсоветской России: пятнадцать лет спустя. М. РУДН, 2008. С. 192.
2. Егоров В.В. Телевидение и власть. М., 1997. С. 185.
3. Сутормин С.Е. Мониторинг эффективности разработки нефтяных месторождений на основе информационно-аналитической системы контроля: На примере месторождений Ханты-Мансийского автономного округа-Югры: автореферат дис. кандидата технических наук. М. 2005.
4. Желевская Т.П. Журналистика в 1998. МГУ. М. февраль 1999.
5. Грабельников А.А. Средства массовой информации постсоветской России 15 лет спустя. М.: РУДН, 2008. 43 с.
6. Халтанова С.С. Роль региональных СМИ в политической жизни России. Автореферат канд. полит. наук. Гос. ун-т гуманитарных наук. М. 2009. 18 с.
7. Ненашев Ф.М. Не «четвертая власть», а прекрасная мечта. ТГУ, ф-т журналистики.
URL: http://www.newsmen.tsu.ru/library/main/theoryofjournalism_1.html
8. Семенова Л.Г. Политическая коммуникация государственных органов региональной исполнительной власти: проблемы прямой и обратной связи: Автореф. дис. канд. филол. наук. Уфа, 2004.
9. Ненашев Ф.М. ТГУ, ф-т журналистики.
URL: http://www.newsmen.tsu.ru/library/main/theoryofjournalism_1.html
10. Халтанова С.С. Роль региональных СМИ в политической жизни России: Автореф. дис. канд. полит. наук. М., 2009. 18 с.