



- udomiteljizadjecu.hr/.../Foster%20care%20 (дата обращения: 20.06.2013).
- ¹² См.: Project «Children's rights to a family : foster care under the lens» (JLS/2008/FRAC/AG/1419) – Specific Program «Fundamental rights and citizenship» 2007–2013 or «Foster care under the lens – Protecting the rights of children in alternative care», 2011. URL: http://www.eurochild.org/en/events/details/index.html?tx_ttnews%5BpS%5D=1391024651&tx_ttnews%5Bttnews%5D=1784&tx_ttnews%5BbackPid%5D=287&cHash=aaab4fc8a8a96587dfc1f3cc2767c72f (дата обращения: 10.07.2013).
- ¹³ См.: *Hantrais L.*, *Social Policy in the European Union*, 3rd edn. Basingstoke and N. Y. : Palgrave Macmillan and St Martin's Press, 2007.
- ¹⁴ См.: Об отдельных вопросах осуществления опеки и попечительства в отношении несовершеннолетних граждан : постановление Правительства РФ от 18.05.2009 г. № 423. URL: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_142169/ (дата обращения: 7.06.2013).
- ¹⁵ См.: О внесении изменений в статьи 127 и 146 Семейного кодекса Российской Федерации и статью 271 Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации: федер. закон № 351 (принят Гос. Думой 30.11.2011). URL: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122460/ (дата обращения: 10.06.2013).
- ¹⁶ См.: Семейный кодекс Российской Федерации // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2012. № 48, ст. 6582.
- ¹⁷ См.: Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации. ФЗ-138 от 14.11.2002 г. (в ред. от 03.12.2011) // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2012. № 46, ст. 4532.
- ¹⁸ См.: О подготовке лиц, желающих принять на воспитание в свою семью ребенка, оставшегося без попечения родителей : письмо Министерства образования и науки Рос. Федерации от 24.08.2012 года № ИР-713/07. URL: www.usynovite.ru/documents/federal/regulations/.../opodgotovke/ (дата обращения: 12.06.2013).
- ¹⁹ См.: Об утверждении требований к содержанию программы подготовки лиц, желающих принять на воспитание в свою семью ребенка, оставшегося без попечения родителей : приказ Министерства образования и науки Рос. Федерации от 20.09.2012 г. № 623. URL: http://минобрнауки.рф/пресс-центр/.../13.03.20-Перечень_НПА_2012.pdf (дата обращения: 12.06.2013).
- ²⁰ См.: *Лыгина М. А.* Социальные сироты и теоретические основы социальной работы с ними // Изв. ПГПУ им. В. Г. Белинского. 2009. № 12 (16). С. 18–25.
- ²¹ См.: Проблемы сирот в России. Граждане – об инициативах Президента. Официальный сайт ВЦИОМ. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=113597> (дата обращения: 19.06.2013).

УДК 316.013

ПРОБЛЕМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ И ВЛАСТНЫХ СТРУКТУР ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ИМИДЖА САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ (по материалам Форума «Права журналиста и права читателя: пути развития гражданской журналистики», г. Хвалынский 2013 г.)



А. А. Кошелев

Саратовский государственный университет
E-mail: koshelev76@mail.ru

Статья посвящена проблемам взаимодействия власти и средств массовой информации в процессе конструирования имиджа области на федеральном и международном уровне.

Ключевые слова: власть, средства массовой информации, имидж, форум, газеты, семинары.

The Problem of Interaction of Printed Media and Power Structures to Promote the Image of Saratov Oblast: the Regional Aspect (According to the Materials of the Forum «The Rights of Journalists and Rights Reader: Ways of Development of Citizen Journalism», Hvalynsk 2013)

A. A. Koshelev

The article is devoted to the problems of interaction between authorities and media in the process of constructing the image of the region on Federal and international level.

Key words: power, media, image, forum, newspapers, seminars.

Проблематика взаимодействия власти и СМИ является одной из актуальных на пути конструирования социально-экономических условий современного российского общества. Не случайно данная тематика является предметом пристального изучения социальных и гуманитарных наук, а также острым вопросом дискуссий и семинаров. На данный момент имеет место тенденция утраты доверия как к СМИ в целом, так и к печатной прессе в частности, и этот тренд стал находить отражение еще в начале нового века. Б. Б. Багиров и М. М. Ковалева считают, основываясь на ответах респондентов в ходе политических кампаний начала века по выборам в Госдуму, что свыше половины их не доверяют никому, по шесть процентов доверия имеют церковь и СМИ¹. В различных источниках все чаще находят отражение мнение, что пресса становится «социально опасной» для общества, она ориентирована на власть (государственную, финансовую, политическую) и обслуживает ее интересы, а не интересы общества. Рекомендуются даже правила «информационной



безопасности», смысл которых состоит в блокировании информации и публичного представления бенефициария того либо иного СМИ. Более того, внешняя проблема постепенно переходит в непонимание, а порой в открытую конфронтацию между СМИ и властными структурами.

Предмет конфликта внешне прост: печатные издания, учитывая постепенное падение тиражей, а следовательно, и аудитории все больше нуждаются в финансировании. Особенно это касается районных газет и журналов, не имеющих четкого понимания рыночного взаимодействия, а именно получения доходов за счет рекламы или развития альтернативных каналов дистрибуции. В то же время некоторые независимые издания, пользуясь сильными позициями на рынке, пытаются шантажировать властные структуры в случае уменьшения инвестиций в совместные социально-экономические, политические или культурные проекты. В свою очередь, власть выстраивает систему «блокирования» неудобной информации (в лучшем случае), либо открыто объявляет о снижении финансирования тех изданий, чье мнение расходится с официальной точкой зрения. И та, и другая позиции в целом не решают проблемы взаимодействия власти и СМИ и не способствуют развитию принципов гражданской журналистики.

В качестве удачного примера решения подобных противоречий можно назвать первый совместный форум печатных СМИ и властных структур «Права журналиста и права читателя: пути развития гражданской журналистики», прошедший 28–29 августа 2013 г. в г. Хвалынске Саратовской области. Организаторами мероприятия выступили региональное министерство информации и печати, администрация Хвалынского района, а также Саратовское отделение Союза журналистов России. Форум объединил в работе более 70 представителей центральных и районных изданий. В качестве экспертов выступили В. Л. Касютин, секретарь СЖР, главный редактор журнала «Журналистика и медиарынок», а также В. С. Блащенко, директор по развитию консалтинговой компании «Конкретика», эксперт в области разработки и продвижения брендов территорий.

Главной целью форума стала проблема совместного решения проблем по продвижению имиджа Саратовской области как привлекательного региона для внешних инвестиций и туристической деятельности. Предварительно консалтинговой компанией «Конкретика» было проведено социологическое исследование по вопросам взаимодействия власти и СМИ на региональном уровне. В качестве метода использовался экспертный опрос, объем выборочной совокупности составил более 70 человек – специалисты в области информационного обеспечения деятельности региона. Результаты позволили выявить, что проблемы актуальны и требуют пристального и всестороннего изучения.

Среди наиболее важных выводов проведенного исследования эксперты отметили, что основными претензиями власти к СМИ являются группа проблем, связанных с достоверностью, искажением информации, а также использование ярких заголовков с негативным окрасом, транслирующих провокационный характер воздействия на аудиторию. Кроме того, экспертами была выявлена ситуация, при которой журналисты не всегда обращаются за комментариями к официальным источникам, что влечет за собой «передергивание» и спекуляцию информационными потоками и приводит к публикациям заведомо непроверенных данных. В ином случае представители СМИ устанавливают весьма короткие сроки ответов на запросы по тем или иным событиям, что не позволяет властным структурам конструктивно прокомментировать сложившуюся ситуацию. Усугубляет обозначенную проблему отсутствие у журналистов специальных знаний в той или иной отрасли, а также недостаточный опыт в подготовке тех или иных публикаций. Более того, использование в конфликтных ситуациях референтных лиц (спортсменов, тренеров, культурных деятелей) приводит к самым непредсказуемым последствиям. Остается актуальным вопрос соблюдения СМИ законодательства РФ в сфере трансляции коммерческой тайны и фактора защиты персональных данных. Трансформация контента ряда изданий в сферу доминирования криминальных и «таблоидных» информационных потоков также, по мнению властных структур, отрицательно влияет на конструирование нового коммуникационного пространства взаимодействия СМИ и различных отраслей в соответствии с принципами гражданской журналистики. Достаточно часто среди ответов респондентов встречалось мнение о стремлении региональных СМИ к бюджетной либо иной поддержке (например, оппозиционных структур) и нежелании использовать коммерческие формы достижения финансовых результатов за счет увеличения читательской аудитории и получения доходов от рекламы.

Иными словами, властные структуры отмечают стремление саратовских СМИ к беспочвенному критиканству, использование непроверенных источников и предлагают схемы взаимодействия, которые предполагают, осознание журналистами специфики деятельности того либо иного министерства и ведомства, соблюдение законодательно установленных сроков получения официальных комментариев, а также тщательную проверку материалов на предмет актуальности и достоверности.

Результаты исследования поставили ряд требующих тщательного научного осмысления групп проблем встречных претензий региональных СМИ к органам власти. Среди наиболее часто упоминающихся разногласий представители СМИ отмечают недостаточную глубину трактовки властными структурами тех или иных



социально значимых позиций региона, отсутствие конкретики в комментариях чиновников, закрытость, а также низкую оперативность. Кроме того, чиновникам часто ставят в вину стремление обойти острые темы, а также отсутствие системности в генерировании и транслировании информации, связанной с чрезвычайными ситуациями и социальными катаклизмами. Более того, в сложные периоды представители СМИ отмечают труднодоступность первых лиц, их сознательное уклонение от комментариев и общения с населением.

Актуализация данных проблем сформировала ряд острых вопросов, которые были обсуждены в дальнейшем участниками форума в рамках круглого стола, на котором обсуждались проблемы и перспективы решения проблем продвижения имиджа Саратовской области как инвестиционно привлекательного региона. Среди наиболее интересных выводов, следует отметить определение участниками адресата программ по продвижению имиджа Саратовской губернии. По их мнению, подобные мероприятия необходимы для следующих социальных групп:

- культурная и творческая общественность;
- жители соседних регионов;
- население других регионов страны;
- лидеры мнений и СМИ;
- научные сообщества;
- неправительственные организации;
- дети и молодежь;
- туристы, спортсмены;
- правительство области.

Но в первую очередь программы по формированию положительного имиджа региона должны быть адресованы его жителям, которые выступают ретрансляторами социальных ценностей Саратовской губернии.

Безусловно, формирование положительного имиджа региона, по мнению участников круглого стола, привлечет внимание федеральных и зарубежных инвесторов, а именно специалистов в сфере развития агропромышленного комплекса области, меценатов, представителей ключевых коммерческих структур, ориентированных на создание производства. В этой связи необходимо формировать жесткую позицию в отношении предприятий, имеющих в своем уставном капитале государственное участие. Для этого полномочия и бюджеты регионов должны быть значительно шире, чем есть в настоящее время.

Также участники круглого стола обратили внимание, что деятельность в сфере продвижения имиджа региона положительно скажется на взаимодействии с федеральными органами власти: Минэкономразвития, Минсельхозом, Минрегионразвития, Минкомсвязью, Россельхознадзором, ФСТ России.

По результатам форума были сформированы практические рекомендации, направленные на совершенствование региональной политики, среди которых наиболее актуальными, на наш взгляд, являются следующие:

– информирование читателя о деятельности ряда предпринимателей, обеспечивающих развитие социально-экономической сферы региона, создание рабочих мест с достойной заработной платой;

– описание и рекламирование туристических маршрутов региона с акцентом на преимущества отдыха на Волге;

– систематизация информации о социокультурных событиях в области: фестивали, спортивные соревнования и т. д.;

– создание и обеспечение доступности мультипликационных и документальных фильмов, основанных на исторических и современных особенностях региона;

– информационное сопровождение участия областных коллективов в различных мероприятиях, фестивалях всероссийского и международного уровня;

– разработка более тесных механизмов взаимодействия с соседними регионами, выступление первых лиц на различных конференциях, форумах, где они могут продвигать положительный опыт Саратовской области в той или иной сфере;

– генерирование и совершенствование информационных программ для сельхозтоваропроизводителей, предпринимателей, одаренных детей и спортсменов;

– инициирование оригинальных инфоповодов с участием СМИ и властных структур в формате совместных реализаций социально значимых акций;

– разработка информационно-публицистических программ о жизни и проблемах удаленных районов области;

– регулярное информирование читателя или зрителя в формате серии репортажей с участием специалистов в том или ином секторе производственно-коммерческой деятельности.

Подводя итог, необходимо отметить, что подобный форум проводился на уровне региона впервые и позволил обозначить ряд проблем, требующих тщательного рассмотрения. Безусловно, все проблемы не решить в кратчайшие сроки. В то же время следует отметить инициативу Министерства информации и печати Саратовской области по сближению интересов СМИ и власти и устранению недопонимания в тех или иных аспектах взаимодействия.

Примечания

¹ Багиров Б. Б., Ковалева М. М. Журналистика и политика // Социс. 2001. № 8. С. 68.