Региональные СМИ на примере ХМАО –ЮГРА.

Ханты-Мансийский автономный округ - это не только одна из наиболее плотно заселенных местностей Российского Севера (здесь показатели плотности такие же, как и в давно заселенных Архангельской, Амурской, Иркутской, Томской, Читинской и ряде других областей), не только регион, на долю которого приходится почти целый процент населения страны (это больше, чем удельный вес Мурманской и Магаданской областей вместе взятых), но и один из немногих субъектов РФ, имевших в 90-е годы положительную демографическую динамику. Для Ханты-Мансийского округа - Югры характерно *наличие 2-х основных групп населения*: постоянный контингент и временно проживающие (вахтовики, сезонные рабочие и специалисты). Достаточно ярко выраженная психология временщика, эта тенденция получила особое развитие в последние годы, когда нефтяная отрасль медленно, но верно стала выбираться из кризиса. Психология временщиков, как и первых поселенцев этого региона сорок пять лет назад, больше потребительская, превалирует желание быстрых заработков, а значит все, что связано со стабильностью, порядком, законом, их мало интересует.

В последние годы, когда нефтяная отрасль стабилизировалась, в города округа хлынул поток людей из менее благополучных регионов страны, что резко обострило конкуренцию на рынке труда. Средняя стоимость на рынке жилья подскочила в десятки, сотни раз. Это вызвало недовольство старожильческого населения, а также тех жителей, которые проживают в округе пять – десять и более лет. Появились статьи в местной прессе под названием «Чужие наши», «Нужно ли бояться гастарбайтеризации»[[1]](#footnote-1) и т. д. Огромным количеством прибывающих на заработки людей со всех регионов страны и стран ближнего зарубежья особенно отмечен летний период.

В последние годы, когда нефтяная отрасль стабилизировалась, в города округа хлынул поток людей из менее благополучных регионов страны, что резко обострило конкуренцию на рынке труда. Средняя стоимость на рынке жилья подскочила в десятки, сотни раз. Это вызвало недовольство старожильческого населения, а также тех жителей, которые проживают в округе пять – десять и более лет. Появились статьи в местной прессе под названием «Чужие наши», «Нужно ли бояться гастарбайтеризации»[[2]](#footnote-2) и т. д. Огромным количеством прибывающих на заработки людей со всех регионов страны и стран ближнего зарубежья особенно отмечен летний период. Не смотря на то, что миграционные процессы называют “легкими общества” и нормальная миграция весьма полезна для личного благосостояния каждого, и для экономического роста региона в целом, сегодня слова “гастарбайтер”, “миграция” вызывают скорее негативное отношение и не только в ХМАО.[[3]](#footnote-3) В конце 80-х в Ханты-Мансийском АО основной прирост населения - 82% - приходился на миграцию, однако только 20 человек из 100 прибывших оставались в регионе. Сегодня картина существенно изменилась. С начала интенсивного хозяйственного освоения (середина 60-х годов) население Ханты-Мансийского автономного округа выросло в 10 раз

Особенности западно-сибирских моногородов можно представить следующим образом:

1) Устойчивое воздействие суровых природно-климатических условий 2) Сочетание и столкновение 2-х основных групп населения, постоянный контингент и временно проживающий.

3) Большая зависимость экономической, политической жизни, социальной сферы города от эффективности работы градообразующего предприятия. С одной стороны, утрата былых позиций вносит элемент беспокойства и неуверенности в положение рабочих и служащих предприятия (в сравнении с доперестроечным периодом), с другой стороны, от успешности работы предприятия сегодня, зависит развитие социальной инфраструктуры города, округа, его благосостояние. 4) Миграция как основной источник прироста населения. Сокращение городского населения в середине 90-х годов, с тенденцией стабилизации процесса после подъема мировых цен на нефть, к концу 90-х годов. 5) Большое количество промышленных предприятий, обеспечивающих сервисный характер работы большей части взрослого населения: учителя, врачи, работники социальной сферы и прочее, что в итоге выводит большинство городов округа за рамки ведомственных. Отсюда более высокие интеллектуальные запросы населения, которых уже не удовлетворяет низкая насыщенность инфраструктуры, пространственная замкнутость города, слабая информационная база. Экономические и юридические аспекты развития телевещания Югры. Возникновение и рост местных телерадиокомпаний в Ханты-Мансийском округе напрямую связан с особенностями развития городов региона конца 80-х, начала 90-х годов, где «центробежные» процессы региональной прессы разворачиваются с особенной силой.[[4]](#footnote-4) В силу усиления политических и экономических позиций регионов произошло усиление местных средств массовой информации, телекомпаний в частности, которые все чаще становятся успешными конкурентами основным общероссийским телеканалам. В системе окружных СМИ, телевидение продолжает оставаться самым массовым и широкодоступным средством информирования различных слоев населения. Причины этого во многом связаны с резким падением тиражей периодических изданий в начале 90-х (как местных, так и центральных), повышением цен и даже закрытие некоторых из них.[[5]](#footnote-5) С разрушением целостности телевизионного поля возникает множество местных телерадиокомпаний, различных форм собственности, от кабельных студий - до крупных столичных компаний электронных СМИ с государственной, частной формой собственности. За временной период начало - середина 90-х прошлого столетия, на территории Ханты-Мансийского автономного было образовано 206 средств массовой информации, в т.ч. печатных 125, электронных – 76, информационных агентств – 5. Разовый тираж общественно-политических газет составил 679,9 тыс. экз.[[6]](#footnote-6) Старейшие газеты округа: "Новости Югры" (1931г.) Ханты-Мансийск, "Сургутская трибуна" Сургут и "Жизнь Югры" Березовского района (1934г.), "Вестник Приобья", г.Нягань (1939г.), "Местное время" (1941г.) Общественно-политическая газета Ханты-Мансийского автономного округа "Новости Югры" в 2006 году отметила 75-летие. Первое ее название – "Ханты-манчи Шоп (Шой)" - "Остяко-Вогульская правда". Затем – "Сталинская трибуна" и "Ленинская правда". Тираж газеты - 64 тысячи экземпляров. Выходит три раза в неделю объемом 56 полос. В настоящее время в Югре функционирует несколько информационных агентств. Наиболее крупными и влиятельными являются: окружное информационное агентство "Югра-Информ", ИА "Интерфакс-Югра" (г.Ханты-Мансийск) и "СИА-ПРЕСС" (г.Сургут). Порядка ста центральных, Уральского Федерального округа, региональных, муниципальных и ведомственных редакций газет, журналов, телерадиокомпаний и информационных агентств участвуют в информационном процессе на договорной основе с органами окружной, муниципальной власти автономного округа.[[7]](#footnote-7) Наиболее известными электронными СМИ округа являются: окружная телерадиокомпания Югра г. Ханты-Мансийск, ОАО ТРК «Сургутинформ -ТВ», телекомпания «Сургутинтерновости» (также акционерное общество, специализирующееся на информационных выпусках); "Самотлор" и "Сфера" (г. Нижневартовск),  а также "Норд" (г. Югорск), "Инфосервис" (г. Когалым), Урай-ТВ (г.Урай). Всего в округе к концу 90-х существовало около 80 телерадиокомпаний, охватывающих вещанием весь регион, в настоящее время их численность достигает 74.[[8]](#footnote-8) Как упоминалось выше, на территории округа работают две крупные столичные государственные телерадиокомпании: филиал Федерального Государственного унитарного предприятия ВГТРК «Россия» Государственная телерадиокомпания «Югория»; Государственное учреждение ханты-мансийского автономного округа "Окружная телерадиокомпания «Югра». Бытующий нередко вульгарный подход к понятиям **«государственное», «негосударственное»** телевидение ведет к неверному определению социальной роли телекомпаний, основанных на разных формах собственности. Примитивно сводить роль государственного ТВ к выражению интересов государства, властных структур, а роль негосударственного, частного, к выражению ее владельцев, отдельных лиц или определенных финансовых структур.[[9]](#footnote-9) Государственная информационная политика – продукт коллективного творчества законодательной и исполнительной властей, науки, культуры, литературы и искусства, общественной нравственности многонационального российского государства. В этом ряду, ТВ не только проводник, но и творец, активный создатель такой политики. Таким образом, государственные телекомпании – организации, действующие от имени и на средства органов государства, выражающие и отражающие точку зрения тех или иных ветвей власти. Форма собственности ГТРК «Югория» (филиал ВГТРК «Россия»), государственная, финансирование канала идет за счет средств федерального бюджета. Основу информационного вещания ГТРК Югория составляют выпуски программы "Вести-Югории", информационно-аналитические программы "Властная вертикаль", "Регион 86" и специальные репортажи. Форма собственности окружной телерадиокомпании «Югра», является также государственной, но финансирование ТРК проходит из средств бюджета округа. Схема финансирования ОТРК к которому стремится прийти руководство канала аналогична Си-Би-Эс, - 50% - бюджетные средства, 50% - спонсорские деньги. Но это предполагаемая схема, финансирование окружной телекомпании на сегодняшний день, практически осуществляется за счет средств бюджета округа *(прим. авт.)*.[[10]](#footnote-10) Не смотря на то, что канал остается государственным, а если точнее окружным, в 2009 г. происходит смена учредителя: с Правительство Ханты-Мансийского автономного округа - Югры на Департамент государственной собственности Ханты-Мансийского автономного округа – Югра. Сделано это из-за соображений внутреннего порядка, для упорядочения финансовых потоков, поступающих в бюджет ТРК, что не изменяет принципиального положения компании. С декабря 1998 года телерадиокомпания "Югра" (г. Ханты-Мансийск), круглосуточно вещает на спутниковом канале по всей территории России. Объем программ собственного производства и заказанных у телекомпаний округа составляет 1770 часов. Остальной объем вещания, на который приходится 5 165 часов в год, составляют художественные и документальные фильмы, мультфильмы и детские программы.[[11]](#footnote-11) 4 сентября 2000 года телерадиокомпания «Югра» вышла на 20-ти часовое вещание. Теле и радиосигналы распространяются через спутник NSS – 703 с зоной вещания от Западной Европы до Владивостока. Потенциальная аудитория уже сегодня более четырех миллионов человек. В настоящее время телеканал смотрят не только в Ханты-Мансийском автономном округе, но и в Тюмени, Челябинске, Магнитогорске. В сетях кабельного телевидения Екатеринбурга, Новосибирска, Владимира, Уфы, городах Красноярского края, Свердловской области. Стоимость одной рекламной минуты на окружном канале составляет 200 тысяч рублей, прокат 1 мин. в прайм-тайм (с 17.00 – 23.40) – 17 тысяч рублей. Рекламная антикризисная акция «Югра - малому и среднему бизнесу», проводимая телекомпанией в сентябре 2009 предлогала бесплатный прокат видеороликов до 30 секунд, стоимостью изготовления за счет предпринимателя, от 30 до 100 тысяч рублей, в зависимости от вида. Также, помимо вышеперечисленных телекомпаний, в окружном центре Ханты-Мансийске, работает городское телевидение, нескольких частных кабельных студий. Создается первый независимый частный канал, как акционерное общество с ограниченной ответственностью от редакции новой независимой газеты "Мой город, без цензуры "(более подробно в гл.2 п.2.1, *прим. авт.)*.

По форме собственности и финансирования, государственными являются и муниципальные телекомпании. В округе их пятнадцать, работают электронные СМИ в каждом районном центре, малом городе и даже в некоторых поселках Югры. Реальным и полновластным хозяином муниципальной телерадиокомпании является администрация города, т.е. государственная структура.

Литература

Габидуллина Э.Ф. Особенности функционирования телевещания в малых городах Югорского региона. Актуальные проблесы науки и образования на рубеже веков. Вып.5.// Издательский центр «Уральская академия». - Челябинск. - С.117.

Егоров В.В. Телевидение и власть. – М.: Изд. ИПК,1997. – 208с.

Либов Л.И.Чужие наши// Новости Югры. - № 58. - 10.09.97. Ильина В.И. Нужно ли боятся гастарбайтеризации?// Знамя. - №39.- 19.11.97.

1. Лысенко В.Н., Матвеев В.А. Роль субъективного фактора в проведении экономических реформ в регионах Российской Федерации; В сб.: Экономические реформы в регионах Российской Федерации: Опыт и перспективы. - М.: Ин-т современной политики,1998, 96-110с. Голубчикова Т. Совершенству нет предела//Нефть России. – 2000. – №9. – С.36
2. Пуля Ю.С. Динамика и характер развития местных газет в структуре региональных и федеральных СМИ России: (политологический анализ): Автореф. дис. канд. филол. наук. – СПб., 2004.
3. Урушев О. Телевидение будущего?// Новости Югры . – 2006. - №158
4. Югра-иформ. Информационное агентство ХМАО – Югры. 05.12.2007 <http://www.admhmao.ru/committe/Admin/kom_aos/klub/tema_03/sutyagina.htm>
5. Комитет по средствам массовой информации при правительстве ХМАО-Югры, Ханты-Мансийск.2000.

1. Либов Л.И.Чужие наши// Новости Югры. - № 58. - 10.09.97. Ильина В.И. Нужно ли боятся гастарбайтеризации?// Знамя. - №39.- 19.11.97. [↑](#footnote-ref-1)
2. Либов Л.И.Чужие наши// Новости Югры. - № 58. - 10.09.97. Ильина В.И. Нужно ли боятся гастарбайтеризации?// Знамя. - №39.- 19.11.97. [↑](#footnote-ref-2)
3. Лысенко В.Н., Матвеев В.А. Роль субъективного фактора в проведении экономических реформ в регионах Российской Федерации; В сб.: Экономические реформы в регионах Российской Федерации: Опыт и перспективы. - М.: Ин-т современной политики,1998, 96-110с. Голубчикова Т. Совершенству нет предела//Нефть России. – 2000. – №9. – С.36. [↑](#footnote-ref-3)
4. Габидуллина Э.Ф. Особенности функционирования телевещания в малых городах Югорского региона. Актуальные проблесы науки и образования на рубеже веков. Вып.5.// Издательский центр «Уральская академия». - Челябинск. - С.117. Урушев О.А. Информационное обеспечение социальной политики в регионе средствами массовой информации: Автореф. дис. канд. фиолол. наук. - М., 2006 [↑](#footnote-ref-4)
5. Данные Департамента статистика администрации ХМАО. Пуля Ю.С. Динамика и характер развития местных газет в структуре региональных и федеральных СМИ России: (политологический анализ): Автореф. дис. канд. филол. наук. – СПб., 2004. Славнова Б.А. Политологический анализ особенностей функционирования средств массовой информации в переходном обществе: (на опыте России): Автореф. дис. канд. филол. наук. – 2004. [↑](#footnote-ref-5)
6. Комитет по средствам массовой информации при правительстве ХМАО-Югры, Ханты-Мансийск.2000. [↑](#footnote-ref-6)
7. Там же [↑](#footnote-ref-7)
8. Комитет по средствам массовой информации при правительстве ХМАО – Югры. 2000г. http://www.admhmao.ru/committe/Admin/kom\_ [↑](#footnote-ref-8)
9. Егоров В.В. Телевидение и власть. – М.: Изд. ИПК,1997. – 208с. Егоров В.В.Телевидение между прошлым и будущим. М.: Изд. ИПК, 1999. – 16-17с. Егоров В.В. Терминологический словарь телевидения. М.: Изд. ИПК, 1997. – 92с. [↑](#footnote-ref-9)
10. Урушев О. Телевидение будущего?// Новости Югры . – 2006. - №158 [↑](#footnote-ref-10)
11. Югра-иформ. Информационное агентство ХМАО – Югры. 05.12.2007 http://www.admhmao.ru/committe/Admin/kom\_aos/klub/tema\_03/sutyagina.htm

    HTTP:www.ugra-tv.ru  
    www.radio-ugra.ru [↑](#footnote-ref-11)