

УДК 070(571.53)

EDN JAQPDH

DOI 10.17150/2308-6203.2023.12(3).507-524

Научная статья



Локальные медиа и государство: финансовый аспект взаимодействия

Рубцова Н.В.¹ , Соболева Г.А.² 

¹ Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация

² Законодательное Собрание Иркутской области, г. Иркутск,
Российская Федерация

Автор, ответственный за переписку: Рубцова Н.В., runatasha21@yandex.ru

Аннотация. Цель статьи заключалась в верификации тенденций взаимодействия государства и локальных медиа в финансовом аспекте, прогнозировании дальнейшего развития этого взаимодействия. Объектом исследования выступили локальные СМИ Иркутской области — исполнители контрактов органов государственной власти в период 2020–2022 гг. В ходе исследования была проанализирована динамика объемов государственных закупок и затрат на освещение деятельности региональных органов власти в локальных СМИ; выявлены основные механизмы государственной поддержки локальных СМИ; определена структура государственных закупок в различных видах локальных СМИ; изучена динамика цен на услуги локальных СМИ; определены основные жанры освещения деятельности региональных органов государственной власти в локальных СМИ; спрогнозированы изменения в структуре государственных закупок на освещение деятельности органов государственной власти в локальных СМИ. Методами исследования выбраны традиционный анализ научной литературы по проблеме исследования и отчетов об исполнении бюджета Иркутской области, реестров региональных государственных контрактов, сравнение, обобщение, аналогия. В ходе исследования было обнаружено, что доля сетевых медиа в структуре исполнителей контрактов на освещение деятельности региональных органов государственной власти постепенно увеличивается, а традиционных (радио, телевидения и печатных изданий), напротив, сокращается. При этом стоимость услуг локальных медиа ежегодно растет. Авторы приходят к выводу, что в обозримом будущем можно ожидать уменьшение объема средств, выделяемых на освещение деятельности органов государственной власти в локальных медиа, прежде всего, в печатных изданиях, что может обусловить их ликвидацию.

Ключевые слова. Медиа, локальные медиа, медиасистема, государство, средства массовой информации, государственные закупки, финансирование.

Информация о статье. Дата поступления 13 июля 2023 г.; дата поступления после доработки 19 июля 2023 г.; дата принятия к печати 20 июля 2023 г.; дата онлайн-размещения 30 сентября 2023 г.

Original article

Local Media and the State: Financial Aspect of Interaction

Natalia V. Rubtsova¹✉ , Galina A. Soboleva² 

¹ Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation

² Legislative Assembly of the Irkutsk Region, Irkutsk, Russian Federation

Corresponding author: Natalia V. Rubtsova, runatasha21@yandex.ru

Abstract. The article defines the trends in the interaction between the state and local media in the financial aspect, predicting further development of this interaction. The object of the study was the local media of Irkutsk region - the executors of contracts of state authorities in the period 2020–2022. The study analyzed the dynamics of the volume of public procurement and the cost of covering the activities of regional authorities in the local media; the main mechanisms of state support for local media were identified; the structure of public procurement in various types of local media was determined; studied the dynamics of prices for local media services; the main genres of coverage of the activities of regional government bodies in local media are identified; predicted changes in the structure of public procurement for coverage of the activities of public authorities in the local media. The research methods were the traditional analysis of scientific literature on the problem of research and reports on the execution of the budget of the Irkutsk region, registers of regional government contracts, comparison, generalization, and analogy. The study found that the share of network media in the structure of contractors for covering the activities of regional government bodies is gradually increasing, while traditional media (radio, television and print media), on the contrary, is declining. At the same time, the cost of local media services is growing every year. The authors concluded that in the foreseeable future we can expect a decrease in the amount of funds allocated to cover the activities of public authorities in local media, primarily in print media, which may lead to the elimination of this.

Keywords. Media, local media, media system, state, mass media, public procurement, financing.

Article info. Received July 13, 2023; revised July 19, 2023; accepted July 20, 2023; available online September 30, 2023.

Введение

В современных условиях обострившихся внешних геополитических вызовов государство остро нуждается в обеспечении доступа граждан к наиболее значимой, актуальной и достоверной информации в области функционирования государственной власти и государственного управления. В этой связи тема

взаимодействия государства и СМИ является достаточно актуальной, требующей пристального внимания и всестороннего изучения. Она обусловлена высокой значимостью и особой ролью медиа в формировании общественного информационного пространства и массового сознания граждан. Сложившаяся в стране вертикаль государственной

власти, включающая в себя федеральный, региональный и местный уровни управления, вызывает объективную необходимость использования соответствующих им СМИ и эффективное взаимодействие с ними. Взаимодействие органов государственной власти и СМИ обеспечивает с одной стороны, информирование населения «о политической, экономической, экологической и других аспектах жизни региона, и, с другой, включение граждан в процесс принятия решений по вопросам функционирования и развития субъекта и муниципалитетов» [1].

«Разумеется, общенациональные медиа формируют страновую повестку дня, создают общее информационное пространство и государственную идентичность российской аудитории. Однако это не умаляет значения городских и районных средств массовой информации в жизни локальных комьюнити, которые выстраивают картину не только страны и мира в целом, но и общности населения города и района» [2]. «В районах и небольших городах местные газеты часто по-прежнему являются главным информационным источником, «ядром» формирования местной идентичности, сообществ граждан, не равнодушных к локальным проблемам» [2]. Важным аспектом во взаимоотношениях органов государственной власти и локальных медиа выступает финансовая поддержка, что непосредственно проявляется в государственных закупках на освещение деятельности государственных структур в областных и районных СМИ.

Вместе с тем, в современных условиях стремительного развития цифровизации, интернета, появления электронных медиа, важней-

шими маркерами результативности СМИ становятся размер аудитории издания, ее вовлеченность в контент, цитирование, а также лидирующее место издания в различного рода медиарейтингах. При этом геолокация редакции СМИ и его место в многоуровневой иерархии национальной медиасистемы уже не имеют столь существенного значения при выборе подрядчика для освещения деятельности органов государственной власти. В этой связи конкурентоспособность локальных СМИ снижается, они становятся менее востребованными, что ограничивает их возможности при получении государственных заказов на создание контента, может привести к ухудшению финансово-экономических результатов их деятельности, а в более отдаленной перспективе обусловить угрозу исчезновения.

Постановка проблемы исследования

Локальные медиа (*community media* — общинные медиа, медиа локальных сообществ) по сравнению с общенациональными СМИ обладают рядом специфических черт [3–6], основными из которых можно назвать следующие:

«Связь с конкретным географическим местом (локальность): комьюнити-медиа создаются силами его жителей, посвящены местным проблемам, помогают людям формировать представление о месте обитания и устанавливать жителям отношения друг с другом. Поэтому работу таких комьюнити-медиа нельзя перепоручить кому-то другому или отдать на аутсорсинг.

Коллективное взаимодействие редакции с жителями. Локальные

медиа стремятся вовлекать разных представителей социума, разных социальных, экономических, этнических, политических, возрастных групп в создание сообщений массовой коммуникации.

Дискуссия и обмен опытом (сторителлинг) как центральные элементы комьюнити-медиа: они дают возможность членам сообщества делиться историями своей жизни, своим личным опытом, и это помогает преодолевать отчуждение и изоляцию. Повествование часто ведется субъективно, «от сердца», но его цель — представить именно субъективный взгляд на общие проблемы. Кроме того, локальные медиа часто становятся инициаторами общественной дискуссии, общественного диалога, который исчезает в коммерческих СМИ.

Расширение возможностей местных сообществ. Одна из целей общественных локальных медиа — дать альтернативу тем представлениям, которые распространяют традиционные массовые СМИ. Поэтому к процессу создания и привлекают непрофессионалов, помогая повысить свою медиаграмотность, освоить современные медиатехнологии. И этот процесс не менее важен, чем созданные в его результате медиа-продукты» [3].

«Рассмотрение локальных медиа сегодня в качестве самостоятельных компонентов медиасистем, отличающихся как по своим свойствам, так и некоторым функциям, не только расширяет возможности для понимания особенностей коммуникативных процессов на уровне отдельных городов, но и облегчает конструирование редакционных процессов» [3].

Несмотря на определенный интерес, присутствующий в отечественном и зарубежном научном сообществе к изучению локальных медиа [7–19], следует отметить, что финансовые и экономические аспекты их функционирования к настоящему времени освещены в недостаточной мере. Последние фундаментальные исследования, посвященные изучению названных вопросов, были проведены еще в допандемийный период [2; 4; 20].

В частности, согласно результатам исследования авторского коллектива Гимельштейна А.В. и Деминой И.Н. основными источниками дохода локальных СМИ региона в 2020 г. являлась реклама — так ответили 91,7 % участников опроса; 33,3 % редакций назвали источниками доходов дотации и субсидии, при этом государственные контракты с органами региональной и местной власти определили источниками дохода лишь 8 % участников исследования [2].

Вместе с тем, для многих локальных СМИ «работа по государственным контрактам (и грантам) является более выгодным способом получения доходов, чем сотрудничество с коммерческими рекламодателями» [7]. Уровень оплаты государственных заказов оказывается даже выше, чем за коммерческую рекламу — заключив контракт один раз, госзаказчик не просит изменения цены, его не приходится раз за разом привлекать скидками» [7]. По мнению С.С. Калашникова, финансовая поддержка государства является очень важной «для социально ориентированных общественно-политических частных медиа в регионах, поскольку отсутствие бюджетного финансирования

поставит их под угрозу закрытия» [7]. Таким образом, проблема государственного финансирования локальных СМИ, обострившаяся в условиях усилившихся политических и экономических вызовов последних лет, является достаточно актуальной, требующей основательного изучения.

Методология исследования

Цель исследования заключается в верификации тенденций финансового взаимодействия государства и локальных СМИ, прогнозировании дальнейшего развития этого взаимодействия.

Предметом исследования выступают государственные закупки на освещение деятельности региональных органов государственной власти. Объектом — СМИ, выступающие исполнителями контрактов органов государственной власти Иркутской области. Глубина исследования — 2020–2022 гг. Выбранный временной период является очень показательным в ракурсе особой значимости взаимодействия органов государственной власти и СМИ, поскольку, с одной стороны, он включает в себя годы пандемии COVID-19, с другой, — период обострения геополитической и экономической ситуации в стране.

Задачами исследования определены: выявление основных механизмов государственной поддержки локальных СМИ; изучение динамики объемов государственных закупок и затрат регионального бюджета на освещение деятельности органов власти в локальных СМИ; определение структуры государственных закупок в различных видах локальных СМИ; изучение динамики цен в различных видах локальных СМИ; определение

основных жанров освещения деятельности региональных органов государственной власти в локальных СМИ; прогнозирование изменений в структуре государственных закупок на освещение деятельности региональных органов государственной власти в локальных СМИ.

В качестве основных источников информации были использованы отчет об исполнении бюджета Иркутской области (2020–2022 гг.), реестры контрактов органов государственной власти Иркутской области.

Методами исследования выбраны традиционный анализ научной литературы по проблеме исследования и отчетов об исполнении бюджета Иркутской области, реестров региональных государственных контрактов, сравнение, обобщение, аналогия.

Результаты и их обсуждение

Механизмы финансового взаимодействия государства и локальных СМИ. В Иркутской области, как и во многих других регионах Российской Федерации действует два высших органа государственной власти — Правительство Иркутской области и Законодательное Собрание Иркутской области. При освещении их деятельности в СМИ есть одно важное различие: Правительство как орган исполнительной власти имеет право возмещать затраты на освещение вопросов государственной политики Иркутской области в рамках заключения соответствующих соглашений. Этот вопрос регулируется Положением о предоставлении субсидий из областного бюджета в целях возмещения затрат в связи с выполнением работ, оказанием услуг по освещению в средствах массовой информации

вопросов государственной политики Иркутской области в сфере социально-экономического, общественно-политического и культурного развития Иркутской области, в том числе деятельности Губернатора Иркутской области и Правительства Иркутской области, а также иных исполнительных органов государственной власти Иркутской области от 11 июля 2014 года № 348-пп (далее Положение)¹.

Субсидии предоставляются в целях реализации государственной программы Иркутской области «Экономическое развитие и инновационная экономика на 2019–2024 годы». Исполнительным органом государственной власти Иркутской области, уполномоченным на предоставление субсидий, является аппарат Губернатора Иркутской области и Правительства Иркутской области. В действующей редакции Положения указано требование о размещении сведений о субсидиях на едином портале бюджетной системы Российской Федерации, которое было введено постановлением Правительства от 10 февраля 2022 года. За анализируемый нами период 2020–2022 гг. такие сведения отсут-

ствуют в открытом доступе, поэтому для данного исследования будут использованы только данные об общем годовом объеме субсидий, содержащиеся в Законе о бюджете Иркутской области, а также документах об исполнении бюджетов². Согласно Положению, субсидии предоставляются по результатам отбора юридических лиц, проводимого управлением пресс-службы и информации Губернатора Иркутской области и Правительства Иркутской области, способом проведения которого является конкурс.

Законодательное Собрание Иркутской области для поддержки средств массовой информации использует открытые электронные аукционы согласно Федеральному закону «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 5 апреля 2013 года № 44-ФЗ (далее Закон)³. Правительство Иркутской области также проводит открытые аукционы на освещение деятельности органов государственной власти в соответствии с Законом. Согласно

¹ Положение о предоставлении субсидий из областного бюджета в целях возмещения затрат в связи с выполнением работ, оказанием услуг по освещению в средствах массовой информации вопросов государственной политики Иркутской области в сфере социально-экономического, общественно-политического и культурного развития Иркутской области, в том числе деятельности Губернатора Иркутской области и Правительства Иркутской области, а также иных исполнительных органов государственной власти Иркутской области от 11 июля 2014 года № 348-пп (электронный ресурс). URL: <https://docs.cntd.ru/document/412381860>.

² Реестр контрактов Аппарата Губернатора Иркутской области и Правительства Иркутской области за 2020 — 2022 годы (электронный ресурс). URL: <https://zakupki.gov>; Реестр контрактов Законодательного Собрания Иркутской области за 2020–2022 годы (электронный ресурс). URL: <https://zakupki.gov>; Отчет об исполнении бюджета Иркутской области за 2020–2022 годы (электронный ресурс). URL: <https://irkutsk.roskazna.gov.ru/ispolnenie-byudzheta/byudzhety-subektov-ir-i-mestnye-byudzhety/godovoy-otchet-ob-ispolnenii-byudzheta/>.

³ О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд : Федер. закон от 5 апр. 2013 г. № 44-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».

Закону, основными принципами его применения являются «открытость, прозрачность информации о контрактной системе в сфере закупок, обеспечение конкуренции, профессионализм заказчиков, стимулирование инноваций, единство контрактной системы в сфере закупок, ответственность за результативность обеспечения государственных и муниципальных нужд, эффективность осуществления закупок»⁴.

При формировании технического задания для проведения электронного аукциона уполномоченный орган формирует описание объекта закупки, в котором указываются функциональные, технические и качественные характеристики, эксплуатационные характеристики объекта закупки. Так, для средств массовой информации это может быть тематика СМИ, территория его распространения, тираж газеты, частота или время выхода программ на телевидении или радио, посещаемость электронного ресурса и прочие характеристики СМИ.

Закон предусматривает несколько вариантов проведения конкурентных способов отбора поставщика услуг. При отборе поставщика на оказание услуг по освещению деятельности органов государственной власти применяется форма открытого электронного аукциона. Победителем аукциона признается участник закупки, заявка на участие в закупке которого соответствует требованиям, установленным в извещении об осуществлении закупки,

документации о закупке, и который предложил по результатам проведения процедуры подачи предложений о цене контракта или о сумме цен единиц товара, работы, услуги наиболее низкую цену контракта.

При проведении закупки на оказание услуг по освещению деятельности органов государственной власти к поставщику предъявляются требования о регистрации средства массовой информации в Роскомнадзоре, наличие лицензий на осуществление деятельности по телевизионному вещанию телеканала или радиовещанию радиоканала (деятельность печатных изданий и электронных средств массовой информации не лицензируется согласно федеральному законодательству).

Вместе с тем, медиарейтинг десяти наиболее цитируемых локальных СМИ Иркутской области, подготовленный компанией «Медиадиалогия», за рассматриваемый период с 2020 г. по 2022 г. (табл. 1) включает в себя как сетевые медиа, так и традиционные СМИ: телевизионные каналы и печатные издания, что в частности свидетельствует о востребованности у аудитории региона СМИ различного типа. Следует также отметить, что в 2022 г. по сравнению с 2020 г. сетевые издания стали доминировать в медиарейтинге. Так, если в 2020 г. их доля составляла 40 % от общего числа СМИ в рейтинге, то в 2021 г. она увеличилась до 60 %, а в 2022 г. составила 50 %, при этом, как правило, они занимают лидирующие позиции в рейтинге. Это, в частности, свидетельствует о популярности у аудитории региона сетевых СМИ по сравнению с традиционными.

⁴ О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд : Федер. закон от 5 апр. 2013 г. № 44-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».

Таблица 1

Медиарейтинг локальных СМИ Иркутской области 2020–2022 гг.
Media Rating of Local Media in the Irkutsk Region 2020–2022

По- зиция / Position	Период / Period					
	2020		2021		2022	
	СМИ / Mass Media	Категория* / Category	СМИ / Mass Media	Категория / Category	СМИ / Mass Media	Категория / Cat- egory
1	Irk.ru	И	Irk.ru	И	Irk.ru	И
2	Irkutskmedia.ru	И	ИА Телеинформ	И	Ircity.ru	И
3	ГТРК Иркутск	ТВ	Irkutskmedia.ru	И	Irkutskmedia.ru	И
4	ИА Телеинформ	ИА	ИА Ирсити	ИА	Baikal24.ru	И
5	ИА Ирсити	ИА	ГТРК Иркутск	ТВ	ГТРК Иркутск	ТВ
6	Baikal24.ru	И	Baikal24.ru	И	ИА Телеинформ	ИА
7	Babr24.com	И	Братская Студия Телевидения	ТВ	Babr24.com	И
8	Областная	Г	Tkgorod.ru	И	Комсомольская правда — Иркутск	Г
9	ИА «Ирк-Сиб»	ИА	Областная	Г	Областная	Г
10	Irk.today	ИА	Babr24.com	И	Irk.today	ИА

* Категории СМИ: И — сетевое издание, ИА — информационное агентство, ТВ — телевизионный канал, Г — газета.

Источник: Медиалогия (электронный ресурс). URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/10492/>.

Общая сумма закупок согласно 44-ФЗ, организатором которых выступал Аппарат Губернатора и Правительство Иркутской области, составила в 2020 г. 21 645 606 руб., в 2021 г. — 8 496 600 рублей, в 2022 г. — 28 190 476 рублей (табл. 2). В соответствии с данными табл. 2 можно констатировать значительное снижение объемов государственных закупок в 2021 году, вероятно, обусловленное негативным воздействи-

ем пандемии COVID-19., и напротив, увеличение данного показателя на 30 % в 2022 г. по сравнению с 2020 г.

В соответствии с данными Регистра, суммы контрактов, заключенных Законодательным Собранием Иркутской области в 202–2022 г. составили: в 2020 г. — 57 899 226 руб., в 2021 г. — 61 053 096 руб., в 2022 г. — 55 161 579 руб. (табл. 3).

Отметим, что доли государственных закупок в печатных, элек-

Таблица 2

**Динамика объемов закупок по освещению деятельности
Правительства Иркутской области 2020–2022 гг.
Dynamics of Procurement Volumes for Covering the Activities
of the Government of the Irkutsk Region in 2020–2022**

Период / Period	Сумма закупок, тыс. р. / Amount of Purchases, Thousand Rubles	Темп прироста к предыдущему периоду, % / Growth Rate Compared to the Previous Period, %
2020	21 645,6	–
2021	8 496,0	–60,8
2022	28 190,0	231

Таблица 3

**Динамика и структура объемов закупок
по освещению деятельности Законодательного Собрания
Иркутской области в СМИ в период 2020–2022 гг.
Dynamics and Structure of Procurement Volumes
for Covering the Activities of the Legislative Assembly
of the Irkutsk Region in the Media in the period 2020–2022**

Виды локальных СМИ / Types of Local Media	2020		2021		2022	
	тыс. р. / Thousand Rubles	%	тыс. р. / Thousand Rubles	%	тыс. р. / Thousand Rubles	%
Телеканалы, радиостанции / TV Channels, Radio Stations	17 166	30	20 315	35	17 514	33
Печатные изда- ния / Print Media	30 527	53	19 019	33	18 919	36
Сетевые издания и информацион- ные агентства / Online Media and News Agencies	10 206	18	21 719	36	18 729	34
<i>Всего / Total</i>	57 899	100	61 053	100	55 161	100

тронных (телевидение и радио) и сетевых средствах массовой информации в общем объеме закупок в 2021–2022 гг. примерно одинаковы (табл. 3). Однако в отношении сетевых СМИ она имеет тенденцию

к увеличению. Также можно отметить, что в 2020 г. доля затрат на сетевые издания была значительно меньше, чем в традиционных, что в частности, противоречит общим представлениям о популярности

использования интернета в период локдауна, обусловленного пандемией COVID-19. Однако это обстоятельство можно объяснить тем, что государственные контракты на 2020 г. заключались еще в 2019 г., когда действие пандемии было не столь ощутимым.

Далее рассмотрим тенденции взаимодействия государства и локальных медиа в финансовом аспекте в разрезе различных видов СМИ.

Сетевые медиа и информационные агентства. Законодательное Собрание Иркутской области в анализируемом периоде заключило 61 контракт на оказание услуг по освещению деятельности с информационными агентствами и сетевыми изданиями, которые распространяются в Иркутской области, и шесть контрактов на аналогичные услуги с сетевыми СМИ, распространяющимися на территории всей Российской Федерации. Таким образом, основная доля контрактов была заключена с локальными, а не федеральными медиа.

Основными услугами, которые вошли в число государственных закупок, стали новости на основе пресс-релизов. Согласно описаниям объектов закупки, под этим предполагается подготовка, редактирование и распространение посредством публикации на сайте сетевого издания или информационного агентства новостей о деятельности Законодательного Собрания Иркутской области, депутатов Законодательного Собрания Иркутской области объемом не менее 1 000 печатных знаков каждая. В среднем ежегодно в рассматриваемом периоде орган государственной власти закупал не менее 2 500 таких новостей. Сред-

няя стоимость этой позиции закупок в рассматриваемом периоде составляет 6 000 руб. за каждую новость для СМИ, распространяемых на территории Иркутской области и 17 000 руб. для СМИ, распространяемых на территории Российской Федерации.

Также популярными объектами закупки в сетевых медиа (сайтов и информационных агентств) являются интервью и статьи. Они предусматривают подготовку, редактирование и распространение посредством публикации на сайте интервью с депутатами Законодательного Собрания Иркутской области, объемом не менее 5 000 печатных знаков каждое, либо статей о деятельности Законодательного Собрания Иркутской области объемом не менее 5 000 печатных знаков каждая. Кроме того, в контрактах также фигурируют расширенные авторские новости, которые предполагают добавление комментариев депутатов к пресс-релизам пресс-службы Законодательного Собрания Иркутской области. Обе эти позиции существенно дороже, чем новости на сайтах. В среднем расширенная авторская новость стоит от 9 000 до 14 000 руб., статьи и интервью — более 20 000 руб.

Основные требования к сетевым СМИ, которые предъявляет заказчик, заключаются в следующем: наличие системы дифференцированного поиска по сайту СМИ по ключевым словам; наличие адаптированной версии сайта (для мобильных телефонов, смартфонов, портативных устройств); возможность экспорта информационных материалов в режиме реального времени в поисковые новостные агрегаторы: Яндекс.

Новости, Новости *Mail.ru*, или их аналоги, системы экспорта новостей в формате RSS. Также медиа должно быть интегрировано в социальные сети: «ВКонтакте», «Одноклассники», поставщик должен предоставить данные о среднемесячной посещаемости сайта. Также возможны и индивидуальные требования, предъявляемые к каждому поставщику на этапе формирования закупки.

Радио и телевидение. Существенную часть объема закупок составляют контракты на освещение деятельности органов государственной власти на телевидении и радио — в среднем около 33 % в год в общем объеме закупок. Изучение стоимости услуг в указанных медиа свидетельствует, что сумма средств, затраченных на освещение деятельности органов государствен-

ной власти в областных телеканалах существенно выше, чем в районных. Так, средняя стоимость 1 секунды информационного сюжета в областных телеканалах в 2022 г. составляла 562 руб., а в районных — 253 руб. Несмотря на это, годовой объем информационных сюжетов в областных СМИ в тот же период был больше, чем в районных: 16 780 секунд (областные) против 15 450 секунд (местные) (рис. 1).

Поставщиками услуг в 2020–2022 гг. выступили телекомпании «ИГТРК» и «АИСТ». Оба телеканала являются крупными СМИ, ведущими игроками регионального медиарынка. Стоит отметить, что на территории всей Иркутской области осуществляют вещание только шесть телевизионных каналов. При этом муниципальные телеканалы присут-

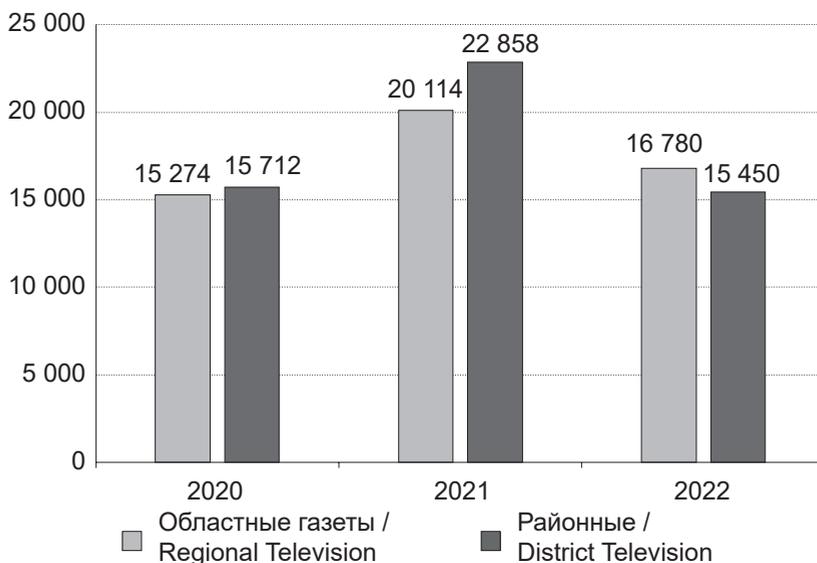


Рис. 1. Динамика распределения объемов информации между локальными телеканалами Иркутской области, секунд
Pic. 1. Dynamics of Distribution of Information Volumes Between Local TV Channels in the Irkutsk Region, Seconds

Источник: Реестр контрактов Законодательного Собрания Иркутской области за 2020–2022 годы (электронный ресурс). URL: <https://zakupki.gov>.

ствуют как минимум на десяти территориях региона.

Также в областных телевизионных СМИ имеет место еще один объект закупки — это интервью с депутатами Законодательного Собрания. В большей части это связано с территориальной удаленностью муниципальных телеканалов и невозможностью записать телевизионное интервью дистанционно из-за необходимости предоставления студии и профессионального видео и звукозаписывающего оборудования, осветительных приборов, сложным технологическим процессом производства телевизионных интервью. При этом для съемки и монтажа информационного сюжета необходимы существенно меньшие трудовые и финансовые затраты.

Печатные издания. Определенный интерес представляет и распре-

деление средств на освещение деятельности органов государственной власти в печатных СМИ, поскольку на них приходится наибольшее количество заключенных контрактов. Так, в 2021 г. Законодательным Собранием Иркутской области было заключено 12 контрактов с областными газетами и 25 — с муниципальными. В 2022 г. эти цифры составили 11 и 20 соответственно. Такую тенденцию можно объяснить наличием в каждом муниципальном образовании Иркутской области одного или нескольких печатных изданий. Для печатных изданий измерение информационных материалов осуществляется в квадратных сантиметрах. Согласно данным реестра заключенных контрактов, объем освещения деятельности в областных газетах существенно выше, чем в муниципальных (рис. 2).

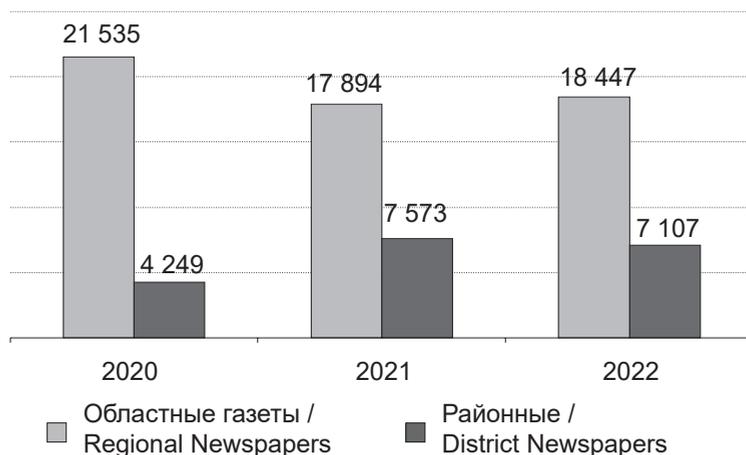


Рис. 2. Распределение объема закупок на освещение деятельности Законодательного собрания Иркутской области в локальных печатных изданиях, см²

Pic. 2. Distribution of the Volume of Purchases for Covering the Activities of the Legislative Assembly of the Irkutsk Region in Local Print Media, cm²

Источник: Реестр контрактов Законодательного Собрания Иркутской области за 2020 — 2022 годы (электронный ресурс). URL: <https://zakupki.gov>.

Из представленной диаграммы (рис. 2) также можно сделать вывод о ежегодном сокращении объема закупок в областных печатных средствах массовой информации и повышении объема в районных газетах. Вероятно, это связано с наличием собственного печатного СМИ в каждом муниципальном образовании для обеспечения действия принципа гласности публичной власти в Российской Федерации. В соответствии с этим, в Иркутской области действует как минимум 42 газеты по числу муниципальных образований. С большинством из них заключаются контракты на освещение деятельности Законодательного Собрания Иркутской области и депутатов Законодательного Собрания (по территории, избирательному округу).

Анализ цен за квадратный сантиметр информационного материала в печатных изданиях позволяет констатировать, что для них характерна та же тенденция, что и для других видов СМИ. Цена единицы продукции напрямую зависит от территории распространения газеты — в областных печатных СМИ она выше, чем в районных. Кроме того, в местных версиях федеральных печатных изданий — «Комсомольская правда», «Аргументы и факты», «Московский комсомолец» стоимость размещения информации выше. Это обусловлено, в первую очередь, тиражом издания. Так, у федеральных СМИ он, как правило, превышает 15 000 экземпляров. Средний же тираж районных газет составляет 3 000 экз., для крупных городов — 5 000 экз.

Средняя цена квадратного сантиметра информационных материалов в печатном издании, которое

распространяется на территории Иркутской области, в 2020 г. составляло 60 руб., в 2021 г. — 67 руб., а в 2022 — уже 71 руб. Такая динамика объясняется постоянным удорожанием процесса производства газеты, бумаги, краски, типографских услуг. Можно предположить, что в связи с введением санкций против Российской Федерации после начала специальной военной операции, в дальнейшем средняя цена квадратного сантиметра снова возрастет и может превысить 80 руб. При этом стоимость материалов в районной газете в 2020 г. составляла 27 руб., в 2021 г. — 31 руб., а в 2022 — 32 руб., что свидетельствует о менее быстром изменении цен в местных медиа. Вместе с тем, важно подчеркнуть, что зачастую районные газеты ежегодно сокращают затраты на производство в основном за счет уменьшения тиража. В 2022 г. в Иркутской области были закрыты несколько районных газет. Авторы одной из них, газеты «Время» г. Ангарска, опубликовали обращение к читателям, в котором рассказали, что причиной закрытия газеты стало сокращение числа рекламодателей и государственного заказа, из-за чего стало невозможно оплачивать производство газеты.

Также, в контрактах с областными печатными изданиями часто встречаются иные объекты закупки. Большинство областных газет имеют собственные сайты, в том числе, с высокими показателями по числу уникальных посетителей («Комсомольская правда» — не менее 1 млн уникальных посетителей в месяц). В соответствии с этим контракты заключаются на освещение деятельности в том числе и на официаль-

ном сайте печатного издания. Это может быть как размещение пресс-релизов, подготовленных пресс-службой регионального парламента, так и написание собственных авторских материалов — расширенных новостей, статей, интервью, текстовых трансляций, лонгридов. В большинстве контрактов с районными печатными изданиями таких объектов закупки не используется.

Выводы

В ходе исследования было обнаружено, что основным механизмом государственной поддержки локальных медиа является предоставление субсидий из бюджета в связи с выполнением работ, оказанием услуг по освещению в СМИ вопросов государственной политики в сфере социально-экономического, общественно-политического и культурного развития, в том числе деятельности законодательных и исполнительных органов государственной власти.

Ключевыми критериями, влияющими на объем государственной поддержки отдельных типов локальных медиа, являются территория распространения СМИ, посещаемость сайтов, тираж газет, частота и время выхода программ на телевидении и радио, количество подписчиков в социальных сетях.

Доли государственных закупок в печатных, электронных (телевидение и радио), сетевых средствах массовой информации в общем объеме закупок за рассматриваемый период примерно одинаковы. Основными жанрами освещения деятельности органов государственной власти в локальных медиа являются новости. Также используется жанр интервью

для телевидения и радио, статьи и фоторепортажа для газет, информационных агентств и сетевых изданий.

Наиболее высокие показатели исполнения контрактов наблюдаются в локальных медиа с государственным участием в уставном капитале. Например, в Иркутской области таковыми являются телеканалы «ГТРК Иркутск», телеканал «АИСТ». Среди газет наиболее высокие объемы исполнения контрактов у филиалов федеральных изданий («Комсомольская правда»), наибольший объем контрактов у радио исполняет «МСМ», как радиостанция с наибольшей территорией распространения и аудиторией. Среди сетевых средств массовой информации выделить лидера не представляется возможным, отметим, что наибольшие объемы исполнения контрактов демонстрируют издания «Твой Иркутск», «Иркутск медиа», «Иркутск сегодня».

Полученные данные позволяют спрогнозировать, что ежегодно затраты государства на освещение деятельности органов государственной власти в локальных медиа будут увеличиваться. Это связано, прежде всего, с ростом стоимости размещения материалов. Также в ближайшее время следует ожидать рост доли закупок в сетевых изданиях, поскольку они обеспечивают оперативность доставки информации, легкость форматов и большую аудиторию по сравнению с радио, телевидением и печатными СМИ. Кроме того, прослеживается тенденция перехода заказчиков к освещению деятельности в более сложных журналистских жанрах — статьях, лонгридах, онлайн-трансляциях, интервью, авторских новостях. Это об-

условлено, в том числе, развитием технологий. Так, сервис «Новости» не повышает место сюжета в поисковой выдаче, если в тексте новости нет отличий, что характерно для объекта закупки «размещение новостей на основе пресс-релизов».

Представленный анализ тенденций развития взаимоотношений государства и СМИ в финансовом аспекте позволяет прогнозировать ужесточение требований заказчика при выборе подрядчиков медиа по показателям размера тиража, территории его распространения, посещаемости сайтов, численности аудитории, ее вовлеченности в контент, что предопределяет важность повышения конкурентоспособности для локальных медиа.

В рамках проведенного исследования было обнаружено, что доля сетевых медиа в структуре исполнителей контрактов на освещение деятельности региональных органов государственной власти постепенно увеличивается, а традиционных, напротив, сокращается. Таким образом, в обозримом будущем можно ожидать уменьшение объема средств, выделяемых на освещение деятельности органов государственной власти, прежде всего, в локальных печатных изданиях, что, во многом связано с сокращением аудитории этого типа СМИ, существенным падением тиражей, кроме того возможно закрытие отдельных изданий.

Список использованной литературы

1. Вартанова Е.Л. Цифровая информационная открытость власти как инструмент преодоления цифрового неравенства в России / Е.Л. Вартанова, О.Ю. Вихрова. — DOI 10.17150/2308-6203.2020.9(4).575-594. — EDN [PWOEFQ](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2020. — Т. 9, № 4. — С. 575–594.
2. Гимельштейн А.В. Региональная медиасистема в условиях цифровизации: технико-технологический и экономический аспекты / А.В. Гимельштейн, И.Н. Демина. — EDN [WJDIFA](#) // Социально-гуманитарные знания. — 2020. — № 4. — С. 76–86.
3. Зорин К.А. Локальные медиа в структуре медиасистем: на границе межличностной и массовой коммуникации / К.А. Зорин. — DOI 10.28995/2686-7249-2022-10-82-96. — EDN [OYQZSK](#) // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языковедение. Культурология. — 2022. — № 10. — С. 82–96.
4. Щепилова Г.Г. Телевизионное поле Крыма и Севастополя в условиях нового государства / Г.Г. Щепилова, Д.В. Жуков. — DOI 10.17150/2308-6203.2020.9(2).347-362. — EDN [SJARPB](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2020. — Т. 9, № 2. — С. 347–362.
5. Кожевников А.А. Сравнительная модель региональных медиасистем Республики Татарстан и Астраханской области / А.А. Кожевников. — EDN [BRMDGF](#) // Медиапространство Прикаспийского региона: тенденции и перспективы развития : материалы Междунар. науч.- практ. конф., Астрахань, 01 янв. 2020 г. — Астрахань, 2020. — С. 51–55.
6. Демина И.Н. Медиасистема России: методологические аспекты оптимизации / И.Н. Демина, М.В. Шкондин. — DOI 10.17150/2308-6203.2016.5(2).187-199. — EDN [VTKDPB](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2016. — Т. 5, № 2. — С. 187–199.
7. Довбыш О.С. Роль гиперлокальных медиа в коммуникациях между властью и обществом в российских регионах / О.С. Довбыш. — DOI 10.17323/727-0634-2020-18-3-475-490. — EDN [XSGNIM](#) // Журнал исследований социальной политики. — 2020. — Т. 18, № 3. — С. 475–490.
8. Гавра Д.П. Информационная логистика в коммуникациях региона / Д.П. Гавра. — EDN [VQWJZV](#) // Территория новых возможностей: Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. — 2016. — Т. 8, № 1 (32). — С. 113–118.

9. Заможных Е.А. Масс-медиа в системе стратегических коммуникаций региона (на примере Ставропольского края) / Е.А. Заможных. — EDN [VMNHKP](#) // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике. — 2018. — № 4. — С. 340–346.
10. Костромицкая А.В. Актуальные коммуникативные практики и стратегии в городском пространстве / А.В. Костромицкая. — EDN [MJCTHU](#) // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. — 2021. — № 1. — С. 17–22.
11. Howley K. Community Media. People, Places and Communication Technologies / K. Howley. — Cambridge : Cambridge University Press, 2005. — 309 p.
12. Градюшко А.А. Оценка эффективности деятельности региональных медиа в цифровой среде / А.А. Градюшко. — EDN [YPWGOT](#) // Труды БГТУ. Серия 4. Принт и медиатехнологии. — 2018. — № 2. — С. 56–61.
13. Щепилова Г.Г. СМИ Крымского полуострова: проблемы интеграции в российское медиапространство / Г.Г. Щепилова. — EDN [YQRATN](#) // Медиаскоп. — 2017. — № 1. — С. 4.
14. Television and Digital Media in the 21st Century: New Business, Economic and Technological Paradigms / ed. Z. Vukanovich. — Novi Sad : Media Art Service International, 2009. — 209 p.
15. Медиасистема России : учеб. пособие / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2015. — 284 с.
16. Erzikova E. Russian Regional Media: Fragmented Community, Fragmented Online Practices / E. Erzikova, W. Lowrey // Digital Journalism. — 2017. — No. 5(7). — P. 919–937.
17. Firmstone J. Public Engagement in Local Government: The Voice and Influence of Citizens in Online Communicative Spaces / J. Firmstone, S. Coleman // Information, Communication & Society. — 2015. — No. 18(6). — P. 680–695.
18. Jangdal L. Local Democracy and the Media / L. Jangdal // Nordicom Review. — 2019. — No. 40(s2). — P. 69–83.
19. Lindén C.G. Hyperlocal Media in the Nordic Region / C.G. Lindén, J. Hujanen, K. Lehtisaari // Nordicom Review. — 2019. — No. 40(s2). — P. 3–13.
20. Калашников С.С. Проблема огосударствления финансирования частных региональных СМИ / С.С. Калашников. — EDN [LQTBOS](#) // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. — 2020. — № 3. — С. 87–88.

References

1. Vartanova E.L., Vikhrova O.Yu. Authorities' Digital Information Openness as a Tool for Overcoming Digital Divide in Russia. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2020, vol. 9, no. 4, pp. 575–594. (In Russian). EDN: [PWOEFQ](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2020.9(4).575-594.
2. Gimel'shtein A.V., Demina I.N. Regional Media System in the Conditions of Digitalization: Technical, Technological and Economic Aspects. *Sotsial'no-gumanitarnye znaniya = Social and Humanitarian Knowledge*, 2020, no. 4, pp. 76–86. (In Russian). EDN: [WJDIFA](#).
3. Zorin K.A. Local Media in the Structure of Media Systems. at the Border Between Interpersonal and Mass Communication. *Vestnik RGGU. Seriya: Literaturovedenie. Yazykoznanie. Kul'turologiya = RGGU Bulletin. Series: Literary Theory. Linguistics. Cultural studies*, 2022, no. 10, pp. 82–96. (In Russian). EDN: [OYQZSK](#). DOI: 10.28995/2686-7249-2022-10-82-96.
4. Shchepilova G.G., Zhukov D.V. Television Space of the Crimea and Sevastopol in the Context of the New State. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2020, vol. 9, no. 2, pp. 347–362. EDN: [SJARPB](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2020.9(2).347-362.
5. Kozhevnikov A.A. Comparative Model of the Regional Media System of the Republic of Tatarstan and the Astrakhan Region. *Media Space of the Caspian Region: Trends and Development Prospects. Materials of International Scientific Conference, Astrakhan', January 01, 2020*. Astrakhan', 2020, pp. 51–55. (In Russian). EDN: [BRMDGF](#).
6. Demina I.N., Shkondin M.V. Russian Media System: Methodological Aspects of Optimization. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2016, vol. 5, no. 2, pp. 187–199. (In Russian). EDN: [VTKDPB](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2016.5(2).187-199.

7. Dovbysh O.S. Hyperlocal Media as a Communication Channel Between State and Society in Russia's Regions. *Zhurnal issledovaniy sotsial'noi politiki = The Journal of Social Policy Studies*, 2020, vol. 18, no. 3, pp. 475–490. (In Russian). EDN: [XSGNIM](#). DOI: 10.17323/727-0634-2020-18-3-475-490.
8. Gavra D.P. Informational Logistics in the Communications of the Region. *Territoriya novykh vozmozhnostei. Vestnik Vladivostokskogo gosudarstvennogo universiteta ekonomiki i servisa = The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service*, 2016, vol. 8, no. 1, pp. 113–118. (In Russian). EDN: [VQWJZV](#).
9. Zamozhnykh E.A. Mass Media in the System of Strategic Communications of the Region (On the Example of the Stavropol Territory). *Strategicheskie kommunikatsii v biznese i politike = Strategic communications in business and politics*, 2018, no. 4, pp. 340–346. (In Russian). EDN: [VMNHKP](#).
10. Kostromitskaya A.V. Actual Communication Practices and Strategies in City Space. *Vestnik Kazanskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv = Bulletin of Kazan state university of culture and arts*, 2021, no. 1, pp. 17–22. (In Russian). EDN: [MJCTHU](#).
11. Howley K. *Community media. People, places and communication technologies*. Cambridge, Cambridge University Press, 2005. 309 p.
12. Gradyushko A.A. Evaluation of the Efficiency of the Activities of Regional Media in the Digital Environme. *Trudy BGTU = Proceedings of BSTU*, 2018, no. 2, pp. 56–61. (In Russian). EDN: [YPWGOR](#).
13. Shchepilova G.G. Mass Media of the Crimean Peninsula: Issues of Integration in Russian Media Space. *Mediaskop = Mediascope*, 2017, no. 1, pp. 4. (In Russian). EDN: [YQRATN](#).
14. Vukanovich Z. (ed.). *Television and Digital Media in the 21st Century: New Business, Economic and Technological Paradigms*. Novi Sad, Media Art Service International, 2009. 209 p.
15. Vartanova E.L. (ed.). *Media system of Russia*. Moscow, Aspekt Press Publ., 2015. 284 p.
16. Erzikova E., Lowrey W. Russian Regional Media: Fragmented Community, Fragmented Online Practices. *Digital Journalism*. 2017. no. 5. pp. 919–937.
17. Firmstone J., Coleman S. Public Engagement in Local Government: The Voice and Influence of Citizens in Online Communicative Spaces. *Information, Communication & Society*, 2015, no. 18, pp. 680–695.
18. Jangdal L. Local Democracy and the Media. *Nordicom Review*. 2019, no. 40(s2), pp. 69–83.
19. Lindén C.G., Hujanen J., Lehtisaari K. Hyperlocal Media in the Nordic Region. *Nordicom Review*, 2019, no. 40(s2), pp. 3–13.
20. Kalashnikov S.S. The Problem of State Funding Private Regional Media. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika = Proceedings of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, 2020, no. 3, pp. 87–88. (In Russian). EDN: [LQTBOS](#).

Информация об авторах

Рубцова Наталья Владимировна — доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры журналистики и маркетинговых технологий, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, runatasha21@yandex.ru, SPIN-код: 4173-4660,  <https://orcid.org/0000-0002-1400-0509>.

Соболева Галина Александровна — ведущий консультант отдела по взаимодействию со СМИ, Законодательное Собрание Иркутской области, г. Иркутск, Российская Федерация, galina-soboleva@list.ru,  <https://orcid.org/0009-0006-2803-3447>.

Authors Information

Natalia V. Rubtsova — D.Sc. in Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Journalism and Marketing Technologies, Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation, runatasha21@yandex.ru, SPIN-Code: 4173-4660,  <https://orcid.org/0000-0002-1400-0509>.

Galina A. Soboleva — Leading Consultant, Media Relations Department, Legislative Assembly of the Irkutsk Region, Irkutsk, Russian Federation, galina-soboleva@list.ru,  <https://orcid.org/0009-0006-2803-3447>.

Для цитирования

Рубцова Н.В. Локальные медиа и государство: финансовый аспект взаимодействия / Н.В. Рубцова, Г.А. Соболева. — DOI 10.17150/2308-6203.2023.12(3).507-524. — EDN [JAQPDH](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2023. — Т. 12, № 3. — С. 507–524.

For Citation

Rubtsova N.V., Soboleva G.A. Local Media and the State: Financial Aspect of Interaction. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2023, vol. 12, no. 3, pp. 507–524. (In Russian). EDN: [JAQPDH](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2023.12(3).507-524.