

# **Выпускная квалификационная работа**

**Анализ и совершенствование работы  
органов местного самоуправления по  
созданию условий для деятельности  
средств массовой информации  
муниципального образования**

**Студент: Дорофеев А.А.**

**Руководитель:**

## Краткая характеристика г. Серпухов

Территория города составляет 32,6 кв. км

Численность постоянного населения - 123,1 тыс. человек

Число родившихся - 1681 человек,  
число умерших - 2668 человек,  
естественная убыль составила 987 человек

Основными составляющими промышленного комплекса города являются:

- машиностроение и металлообработка - 35% от общего объема продукции
- легкая и текстильная промышленность - 10%
- пищевая – 22%,
- химическая - 21%

## Структура рынка СМИ

### Газеты:

В Серпухове издаются газеты, распределяемые по подписке:

1. «Ока - инфо», тираж 16000 экземпляров
2. «Серпуховские вести», тираж 9000 экземпляров
3. «Совет», тираж 6500 экземпляров
4. «Московский комсомолец в Серпухове»
5. «Моя информационная газета. Южное Подмосковье», тираж 6000 экз
6. «Народный наблюдатель Подмосковья»
7. «Окский курьер»
8. «Совершенно бесплатно»
9. «Суть да дело»

### Радиостанции:

Радио Серпухова - «РТВ Подмосковье».  
Дорожное радио Серпухов.  
Русское радио.  
Юмор FM Серпухов.  
Love Radio.  
Первое популярное радио.  
Радио шансон Серпухов.  
Радио - Европа плюс Серпухов.  
Радио России / РТВ Подмосковье/  
Радио Ревю.  
Ретро FM Серпухов.  
Авторадио Серпухов.  
Милицейская волна / Радиостанция «Ока - FM»  
И д.р.

Телевидение насчитывает более 180 каналов

## Итоги анализа информационной политики

1) отставание в разработке и принятии местного законодательства, регулирующего информационную сферу;

2) «закрытость» органов власти;

3) отсутствие четко разработанных критериев финансовой поддержки СМИ;

4) стремление установить контроль над деятельностью СМИ.

Принципы построения информационной политики государственных  
органов власти

полная открытость органов власти для средств массовой информации;

отсутствие диктата во взаимодействии со СМИ.

взаимное уважение равных партнеров

## Технологии формирования социально-политической информации в СМИ

Имиджевая технология ориентирована на создание привлекательного имиджа политического лидера,

Деятельностная технология ориентирована на отражение его реальной деятельности

Приемы :  
конструирование мифов,  
использование психотехнологий,  
слухов, методов фрагментации,  
отвлечения («копченая селедка»),  
создания фактов «объективного подхода»,  
исторических аналогий,  
«забрасывание грязью»,  
семантического манипулирования,  
«утечки секретной информации» и прочие

Базовые модели влияния СМИ

жестко  
мотивирующая

демотивирующая

слабо  
мотивирующая

## Условия эффективного функционирования печатных СМИ

1) выравнивание федерального и регионального уровней СМИ: на каждом из них необходим баланс между государственно- и бизнес-ориентированными медиа;

2) возобновление финансовой поддержки районной прессы, объективно неспособной функционировать в качестве бизнес-субъекта играющей важную социальную роль;

3) совершенствование нормативно-правовой базы в части обеспечения полноценного экономического существования СМИ, работающим в качестве коммерческих предприятий.