**Роль региональных СМИ в реализации программ федеральной политики.**

Средства массовой информации сегодня оказывают огромное влияния на формирование общества, создавая ту информационную среду, из которой не только узнают о событиях, но и перенимают мнения по поводу той или иной ситуации. Тот формат и посыл, который транслируют медиа, напрямую влияет на восприятие обществом тех или иных событий. Поэтому сложно представить в современном мире успешное проведение реформ и преобразований в той или иной сфере без поддержки средств массовой информации. Роль связующего звена между властью и обществом давно закрепилась за современными изданиями.

Осведомленность населения о действующих и планирующихся преобразованиях в экономической, социальной и культурной сфере крайне важна. Изменение ключевых ставок, изменение жилищных условий, развитие новых отраслей — все это оказывает прямое влияние на жизнь населения. СМИ - важнейший канал связи и передачи информации о решениях властных структур населению. Взаимоотношения власти и медиа здесь выступают одним из ключевых факторов.

Федеральные программы на сегодняшний день выполняют ряд важнейших функций в экономическом развитии страны. Формирование сильного и независимого экономического кластера в России осложняется неоднородностью и большим количеством особенностей регионов, поэтому необходимо учитывать эти аспекты при составлении стратегии федеральных программ. Так, в Липецкой области основными государственными программами на сегодняшний день являются: социальная поддержка граждан, реализация семейно-демографической политики Липецкой области, развитие культуры и туризма в Липецкой области, обеспечение населения Липецкой области качественным жильем, социальной инфраструктурой и услугами ЖКХ.

Региональные СМИ имеют одну из самых лояльных и целевых аудиторий, сформированных по локальному признаку. Медиа выступают крайне важным агентом в отношениях власти и населения, именно поэтому модель отношений между властью и действующими в регионе изданиями крайне важна.

В своей работе Г.Г. Щепилова приводит следующую трактовку взаимоотношений власти и СМИ: “Диалог между властью и обществом – то, к чему должны стремиться информационные структуры государственных органов.

Жизнеспособность средства массовой информации, как экономического субъекта, зависит от грамотной информационной, тиражной, маркетинговой, рекламной политики, а все это изначально – от желания медиаменеджеров массмедиа вести независимую редакционную политику” [[1]](#Закладка1).

Статьи, заметки и блоги о конкретных действиях в рамках реализации федеральных программ помимо передачи информации выполняют роль активатора, запуская механизм работы конкретных преобразований. Например, в Липецкой области действует государственная программа “Развитие туризма”. Одно из крупнейших сетевых СМИ “Город 48” периодически публикует заметки о действии данной программы и мероприятиях проводящихся в ее рамках. Так в публикации от 15.11.2022 издание информирует читателей о начале подачи заявок на региональный грант “Туризм” в размере до 15 миллионов рублей, тем самым содействуя привлечению новых участников к данной инициативе.

Помимо вышеперечисленных функций медиа выполняют и другую важную задачу - публикацию материалов по итогам проведенных мероприятий, места региона в различных рейтингах, в том числе и по успехам внедрения государственных программ. Так, помимо информирования о результатах, население получает реальный отчет о действиях региональной власти. Эти данные позволяют обществу оценить работу руководителей и седлать выводы об их эффективности в управлении регионом. Данный аспект является крайне важным не только в реализации программ федерального значения, но и в формировании гражданского общества.

При этом важным маркером здесь выступает обратная связь от населения. Комментарии под публикациями, конечно, не несут объективной оценки ситуации, но отражают общее настроение общества. Так, в публикации от 19.02.2024 издание “Город 48” приводит отчет по месту региона в рейтинге строительства новых квартир, указывая, что Липецкая область занимает 44 место среди ста городов России. Большинство комментариев несут негативный окрас, демонстрируя недовольство общества в отношении доступности жилья для приобретения и также претензии к качеству строительства. Безусловно, данный факт не говорит о несовершенности проводимых программ в рамках предоставления жилья и организации строительства жилой недвижимости, но может отражать ухудшающуюся ситуацию на рынке ипотечного кредитования и снизившуюся платежеспособность дольщиков.

Таким образом, мы можем наблюдать, что средства массовой информации выполняют сразу несколько важных задач в реализации программ федеральной политики. При этом крайне важным аспектом является степень независимости медиаресурсов, их автономность от властных структур и модель отношений с действующей властью.

Список литературы.

1. Бурьянова М. В, Щепилова Г. Г. Взаимодействие СМИ и властных структур в российских регионах // Электронный научный журнал “Медиаскоп” - 2014. - URL: [mediascope.ru](http://www.mediascope.ru/1663) (дата обращения: 28.02.2024).
2. Харламова Ю. О. Сми как инструмент реализации государственной политики: электронный ресурс - URL: [cyberleninka.ru](https://cyberleninka.ru/article/n/smi-kak-instrument-realizatsii-gosudarstvennoy-politiki?ysclid=lt65pfidqo241930535) (дата обращения: 28.02.2024).
3. [www.gorod48.ru](https://gorod48.ru/)
4. [www.lipetskmedia.ru](https://lipetskmedia.ru/)