В условиях стремительно изменяющейся геополитической ситуации в мире, проблема производства качественного информационного продукта и его массовой интеграции в медиапространство государства или его отдельного региона приобретает все большее значение для каждой из стран. В эпоху “столкновения цивилизаций” одно и то же политическое явление может быть интерпретировано и оценено искаженно в информационной политике различных, а тем более, враждебных друг другу государств. Способность генерировать, обрабатывать и эффективно использовать информацию является неотъемлемым компонентом конкурентной преемственности государства.

Средства массовой информации, являясь основным каналом передачи информационного продукта , способны производить идеологическое воздействие на сознание людей . Именно поэтому, государство, приоритезируя сохранение единства информационного пространства и осуществления контроля над ним, направляет особое внимание на деятельность СМИ. Обладание средств массовой информации властью влияния на строй мысли человека  заставляет органы  государственной власти принимать огромные усилия для контроля информационной повестки. Федеральные органы государственной власти Российской Федерации заинтересованы использовать государственные средства массовой информации с целью распространения актуальной информации, охватывающей все слои населения. Сегодня государственные СМИ имеют множество источников финансирования, однако в основном поступление средств происходит именно из дифференцированных : государственное финансирование, коммерческая реклама,  партнерские отношения с другими средствами массовой информации, гранты и субсидии негосударственных организаций и фондов. При этом огромная доля рынка СМИ  в Российской Федерации получает прямое государственное финансирование, делящееся на два вида:

* Полное субсидирование, предусматривающее покрытие процесса производства контента, его развитие и реклама, затраты на социальные проекты, покрытие сигнала.
* Субсидирование из федерального бюджета, покрывающее лишь часть затрат. Основным объектом финансирования данного вида является стоимость распространения сигнала в городах с населением менее 100 тысяч человек.

Рассмотрим вопрос финансирования государственных средств массовой информации на примере  цикла авторских научно-познавательных программ «Картина мира с Михаилом Ковальчуком», освещающего важные темы в области : стратегии научно-технического развития России, инновационной деятельности в медицине и образовании, международных отношений и дипломатии, развития сельского хозяйства и многого другого. Гости Михаила Ковальчука, признанные ученые, общественные деятели, деятели искусства и культуры, исследователи. Данная программа телеканала “Россия-культура”, получает полное субсидиарное финансирование за счет федерального бюджета. Выполняя функцию популяризации науки и поддержки престижа деятельности ученых и инженеров России, она оказывает влияние на восприятие общественностью достижений государства в области науки, медицины и военно-технического развития. На данном конкретном примере мы можем непосредственно отследить модель взаимодействия власти и СМИ. Субсидии, являясь источником финансового обеспечения затрат организации, дают возможность получателю средств осуществить поставленные им цели : создать определенный информационный продукт, разместить его на различных медиа площадках , донести нужный посыл, идею до зрителя, при этом государство имеет возможность ставить рамки на содержание транслируемой программой информацией, с помощью данной научной познавательной телепрограммы закреплять ценностные установки в массовом сознании, восхвалять научные труды отечественных ученых.

Цикл программ, также получающий полное субсидирование, является ”Формула власти”, транслируемая на общероссийском федеральном государственном телеканале “Россия-24” при содействии ТАСС, российских представительств за рубежом и пресс-служб глав государств. “Формула власти” - политическое ток-шоу, основная идея которого заключается в обсуждении текущих политических событий в России и за ее пределами,  в формат данной программы также входят интервью с первыми лицами государств и экспертами в области политики. “Формула власти” как инструмент средств массовой коммуникации, выполняет ряд функций, таких как: создание площадки для обсуждения актуальных новостей в мировом пространстве политики, информирование аудитории о политической ситуации внутри Российской Федерации,  формирование имиджа политических лидеров, воздействие на массовую аудиторию.

Данные примеры наглядно иллюстрирует идею о выгоде взаимодействия государства и средств массовой информации. Благодаря содействию государства электронные и печатные СМИ получают финансовую поддержку в виде оплаты услуг связи по производству телевизионных программ и радиопрограмм , аренды съемочной, звукозаписывающей и осветительной техники, аренды помещений и съемочных площадок, оплаты услуг индивидуальных предпринимателей, участвующих в производстве информационного продукта организации и т.д. В то время как государство имеет доступ к непосредственному влиянию на общественное мнение. Поддержка средств массовой информации, создание ими лояльного информационного пространства,  необходима государству в процессе достижения поставленных им целей, развития экономической, социальной, культурной и политической сфер жизни общества.

**Источники и литература**

1. Леонтьева, Л.С. Государственное управление информационными процессами // Казань, центр инновационных технологий, 2008. – с. 124.

2. Марков Е.А. Взаимодействие органов государственной власти и средств массовой информации как фактор реализации информационной политики// Диссертация на соискание ученой степени кандидат политических наук – Москва, 2003 [электронный ресурс] // Режим доступа: URL:http://www.dissercat.com/content/vzaimodeistvie-organov-gosudarstvennoivlasti-i-sredstv-massovoi-informatsii-kak-faktor-real#ixzz3xxvO6hh8 (Дата обращения 11.02.2024).