

СТАН ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ М.СЛАВУТИЧА

Інформаційний простір не відчуєш на дотик. І все ж ми щодня і щогодини відчуваємо його, читаючи пресу, дивлячись телепередачі, слухаючи радіо, спілкуючись через Інтернет. Кожен із нас добре розуміє, якої ваги набули в сучасному суспільстві засоби масової інформації. Їх вплив на всі аспекти суспільного життя такий великий, що нерідко можна чути:

“Засоби масової інформації — це четверта влада у державі”. Інформаційна потужна машина формує громадську думку, суспільну мораль, має неабиякий вплив на всі суспільні відносини. Як кажуть, недостатність інформації породжує чутки, а надлишок інформації — “інформаційний галас”.

Який же на сьогодні стан інформаційного поля Славутича? Славутичани отримують передплатних видань 3800 екземплярів (навіть чверть видання не припадає на кожного мешканця), зареєстровано близько 1400 користувачів Інтернету, жителі міста мають змогу переглядати понад 50 телевізійних каналів. Крім того, у місті, в кіосках “Облпреси”, розповсюджується щомісяця 450 найменувань періодичних видань українських видавців. Це 27 тис. примірників щомісяця. Реалізується 80% від пропонуваної продукції. Це в середньому по 1 примірнику на мешканця міста.

Одиницею виміру одних є ефірний час, других — друкована площа. Яку газету читати, який телеканал дивитися, звісно, вибирає для себе кожен відповідно до власних смаків, уподобань і потреб.

Інформаційний простір міста наповнюють і місцеві засоби масової інформації.

раження на сторінках “Теледня-Славутича” і в програмах міського телебачення. Крім того, засоби масової інформації міста неодноразово піднімали проблемні та болючі питання місцевого життя. Були відкриті дискусії стосовно кабельного телебачення, медичного обслуговування, освіти, сфери послуг, комунальних послуг тощо. Це, безумовно, сприяло вирішенню певної частини наведених проблем і зниженню соціальної напруги в місті. У 2000 році газета збільшила свій обсяг з 12 друкованих сторінок до 16, а зараз виходить на 20 сторінок.

Я зовсім не збираюся аналізувати чи просто суб’єктивно оцінювати продукцію телефіру, місцеві видання. Ви самі розумієте, що фахівців-журналістів у Славутичі не густо. На жаль, “сита”, через яке просіювалися б справжні фахівці журналістики, обтяжені сумлінням і етичними нормами, немає. В Славутичі справжніх професіоналів можна перерахувати на пальцях однієї руки, тому кожен вибирає свій напрямок у інформаційному морі.

Є побажання міському телебаченню розширити свою діяльність через договірні відносини з фахівцями тележурналістики на підготовку авторських програм в різних сферах життєдіяльності міста. Я думаю, що коштів на це достатньо.

Останнім часом відчувається, що деякі представники міської громади більш активніше стали вболівати за розширення міського інформаційного поля. Дивно, що від закриття адміністрацією

№ п/п	Інформаційні послуги	Періодичність	Керівник
1.	Телерадіокомпанія “Славутич”	9-годин ефірного часу щодня	Демидов О.О.
2.	Відеофотолабораторія ЧАЕС	Вт, Ср, Чт з о. 19.00, 20.00 21.00. З 1 лютого — ранкові ефіри і Пт	Чащина А.
3.	Загальноміська газета “Теледень Славутич”	щотижнева, 20 полос	Гальперін В.Я.
4.	Інформаційний бюлетень “Трудовий огляд”	щомісячно А4 4 полоси	Ходько В.І.
5.	Інформаційний бюлетень “Комунальник”	щоквартально А4 4 полоси	Жаболенко І.М.
6.	Журнал “Insight”	3 рази на рік А4	Гарін Є.В.
Зріс обсяг міського інформаційного ресурсу, доступного через мережу Інтернет. Майже у кожного великого підприємства є свій інформаційний сайт.			
7.	Веб-сайти: Громадський портал www.slavutichcity.net	постійно	Купний О.І.
8.	Славутицький регіон www.investing.org.ua	постійно	Нікітенко А.М.
9.	Сайт міської громади www.e-slavutich.gov.ua	постійно	Любива А.М.

Як бачите, у місті створена система інформування населення. Авторитет кожного конкретного засобу масової інформації залежить від того, наскільки якісним є віддзеркалення місцевих подій на сторінках газет і в телепрограмах.

Стабільне фінансування з міського бюджету має міська телерадіокомпанія “Славутич” (на 2005 рік в бюджеті заплановано на її фінансування 216,2 тис.грн.), засновником якої є Славутицька міська рада, і загальноміська газета “Теледень-Славутич” (засновник і видавець ООО “Компанія” Чернігів-інформ” (40 тис. грн. на рік, це 3300 грн. щомісячно), тираж 2450 екз. в тиждень, 20 полос. На видання і підготовку газети в місяць засновником витрачається 14 103 грн.

Жодна більш-менш значна подія, яка відбувалася в місті, обов’язково знаходила відоб-

ЧАЕС газети “Імпульс” (квітень 1994 року) і до видання першого номера загальноміської газети “Теледень-Славутич” (квітень 1999 року), крім міської влади, нікого це питання не цікавило. Зараз картина змінилася. Відчувається політична активність соціально активних громадян.

Вважаю, що висловлювати свої думки громадським організаціям, депутатам, депутатським комісіям на сторінках загальноміської газети ніхто не забороняє. Пишіть, висловлюйтесь і друкуйтесь так, як Олег Федоренко.

А от попрацювати над створенням міського радіо дійсно є необхідність. І в цьому б напрямку я, як завідувача центром інформації, думаю, треба працювати. Тоді і розшириться інформаційне поле ще більше. Успіхів усім нам.

Людмила ЛЮБИВА,
завідуюча Центром
інформації виконкому