М. Е. Крюкова

Кубанский государственный университет

ФОРМИРОВАНИЕ ТЕНДЕНЦИЙ РЫНКА ТРУДА РЕГИОНАЛЬНЫМИ СМИ (НА ПРИМЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ)

Как СМИ формируют тенденции в сфере социального развития общества и каковы они? На наш взгляд этот процесс легче отследить во время экономических кризисов. Так, в кризис 2008-2011 гг. население под угрозой потери работы создало своеобразный социальный заказ на дополнительную информацию о сфере труда. Это и послужило переключению основного внимания СМИ Краснодарского края на освещение вопросов безработицы и мер, принимаемых органами власти по её устранению.

Таким образом, одна из тенденций, влияющих на динамику социального развития (регресса или прогресса), – это усиление или снижение информационных потоков нужной социальной тематики на фоне обострившегося общественного интереса (запроса). Эта связь имеет исключительно каузальный характер, и социальный настрой здесь первичен по отношению к росту формирования социальных тенденций СМИ. Назовем эту тенденцию ковариацией СМИ–социум, где изменение отношений одного к другому влияет на социальное развитие общества.

Усиление динамики социального развития происходит и через взаимодействие СМИ–социальные институты, где первые выступают как формирователь общественного мнения по заказу вторых. Так, в 2008-2011 гг. инициатором информирования общества об имеющихся проблемах выступила государственная служба занятости Краснодарского края. Значительное увеличение заказных информационных посылов в социум посредством СМИ привело к тому, что соразмерно увеличился поток независимых медиатекстов по трудовой тематике. Часть из них носила критический характер, а потому была достигнута главная цель – всестороннее освещение СМИ заданной темы. Таким образом, продуцирование информации для СМИ социальным институтом приводит к референции СМИ в отношении социального института. Эта тенденция, назовем её рекурсия СМИ–социальный институт, где СМИ повторяют тему, заданную социальным институтом, приводит к тому, что динамика социального развития общества усиливается за счет репликации поступающей в социум информации.