

References

1. Asfandijarov A.Z. *Vvedenie kantonomj sistemy upravlenija v Bashkirii – «Iz istorii Bashkirii» (dorevoljucionnyj period)* [Introduction of canton control system in Bashkiria – «From the history of Bashkiria» (the pre-revolutionary period)]. Bashkiria, 1968, 131 p.
2. *Nacional'nye dvizhenija v period pervoj revoljucii v Rossii* [National movements in the first revolution in Russia]. Cheboksary, 1935. – 28 s.
3. *Obwestvennoe dvizhenie v Rossii v nachale XX v.* [Social movement in Russia at the beginning of the XX century]. St. Petersburg, 1911, vol. 4, ch. 1, 195 p.
4. *Polozhenie o bashkirah* [The situation of the Bashkirs]. Ufa, 1912, 3 p.
5. *Sbornik statej iz Orenburgskih gubernskih vedomostej za 1863 g.* [The collection of articles from the Orenburg Provincial Bulletin for 1863]. Ufa, 1863, 274 p.
6. Cheremshanskij V.M. *Opisanie Orenburgskoj gubernii...* [Description of the Orenburg province...]. Ufa, 1859, 111, 131 p.
7. Juldashbaev B.H. *Istorija formirovanija bashkirskoj nacii (dooktjabr'skij period)* [History of formation of the Bashkir nation (the pre-October period)]. Ufa, 1972, 167 p.
8. Juldashbaev B.H. *Problema nacii i politicheskoe polozhenie bashkir v sostave carskoj Rossii* [Problem of the nation and political situation of the Bashkirs as a part of imperial Russia]. Ufa, 1979, 68 p.

ОСОБАЯ РОЛЬ ПЕЧАТНЫХ СМИ В РЕГИОНАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКЕ (на примере Астраханской области)

Тризно Тамара Александровна, аспирант, ассистент

Астраханский государственный университет
414056, Россия, г. Астрахань, ул. Тагипцева, д. 20а
E-mail: trizno_t@mail.ru

В статье исследуются вопросы, посвященные важности проведения информационной политики в России для образования тандема государственных и общественных структур через институт средств массовой информации, особенностям региональной информационной политики и той роли, которую в ней играют печатные средства массовой информации, что требует дополнительного внимания со стороны органов власти к местной прессе при осознании ее важности в процессе проведения информационной политики в регионах, доказывається преимущественное положение печатных СМИ и их эффективность по сравнению с интернетом при проведении региональной информационной политики местными властными структурами.

Ключевые слова: информационная политика, региональная информационная политика, органы государственной власти, общество, информатизация, интернет, средства массовой информации, печатные СМИ, местная пресса, информационное неравенство.

THE SPECIFIC ROLE OF PRINT MEDIA IN REGIONAL INFORMATION POLICY (by the example of the Astrakhan region)

Trizno Tamara A., post-graduate student, Assistant

Astrakhan State University
20a Tatishchev st., Astrakhan, 414056, Russia
E-mail: trizno_t@mail.ru

The paper studies the problems of importance of information policy in Russia for formation of tandem of state and public structures through the institution of the media, the features of regional information policy and the role that the print media plays in it. This all requires an additional attention from the authorities to the local press, because the local press plays an important role in the process of realization of information policy in the region. The author proves the preferred position of print media and their efficiency for regional information policy by local authorities compared to the internet.

Keywords: Information policy, Regional information policy, Public authorities, Society, Informatization, Internet, Media, Print media, Local press, Digital divide.

Для современного демократического общества в России особенно актуальной становится проблема информационной политики государства (ГИП). Об этом говорит целое направление российской внутренней политики, которое было определено «Концепцией государственной информационной политики Российской Федерации» от 15 октября 1998 г. [2]. В данном документе были определены основные задачи, стоящие перед государственными структурами для становления информационного общества в России, формирования единого информационного пространства на территории самой России и вхождению ее в мировое информационное сообщество. Одной из важных сторон информационной политики является взаимодействие государственных институтов и средств массовой информации, о чем в особом порядке было сказано в «Концепции». Современные СМИ не просто носят информационную функцию, а их прикладное значение в общественно-политическом смысле очень велико. СМИ не только оперативно отражают мировые события, но в значительной степени занимаются анализом информации, ее предварительной фильтрацией и целенаправленным отбором для последующего обнародования. Благодаря этому СМИ являются мощным средством воздействия на сознание людей. Интересно, что в тексте концепции в особом порядке оговорена роль СМИ непосредственно как актора государственной политики в отношении общества. Поэтому СМИ не только являются объектом информационной политики, но и ее активным субъектом – «инструмент не только государственного, а еще в большей степени общественного воздействия на массовое сознание, инструмент формирования общественного мнения» [2]. Свободное создание, распространение и потребление информации как важнейшее конституционное право граждан находится в фокусе общественного внимания и именно поэтому государственную информационную политику следует рассматривать как серьезную движущую силу проведения в России демократических преобразований общества и государства.

В связи с этим целью данной статьи является анализ государственной информационной политики (ГИП) в регионах РФ, выявление места и роли печатных СМИ в реализации этой политики, определение преимуществ и недостатков традиционных СМИ на данном этапе информатизации в России в целом и в Астраханской области в частности.

На протяжении многих лет государственная информационная политика охватывала, главным образом, проблемы, связанные с деятельностью средств массовой информации. В последние 2–3 года содержание ГИП было несколько расширено, и в него попали отдельные элементы защиты прав граждан и организаций на общедоступную информацию, гарантированных Конституцией страны, а также некоторые аспекты информационной безопасности. Однако крен в политике в сторону информатизации и новых IT-технологий оставил многие проблемы, касающиеся традиционных видов СМИ, так и не решенными.

В широком смысле ГИП складывается из большого числа компонентов, среди которых обеспечение равного права на доступ к информации всем гражданам нашей страны, независимо от их территориального и имущественного положения, национальности и вероисповедания; обеспечение граждан общественно значимой информацией и развитие независимых средств массовой информации; развитие духовности общества через распространение художественной литературы и других книг высокого интеллектуального уровня, внедрению современных инфокоммуникационных технологий в профессиональную деятельность СМИ для повышению качества и оперативности выполнения решаемых ими задач, расширение доступа к рынку информационных услуг, информационных технологий и рынку телекоммуникаций, улучшение законодательного регулирования в сфере деятельности СМИ и многое другое.

В более узком смысле информационную политику можно рассматривать как прикладную государственную стратегию, в том числе для грамотной работы государственных органов со СМИ в целях образования *тандема государственных и общественных структур с помощью деятельности СМИ*. Информационное взаимодействие между властью государственной, информационной (СМИ), народовластием

или властью гражданского общества образуется и проявляется в связях информационно-политического характера. Информационная политика таким образом становится в один ряд с властью политической и экономической. В условиях построения информационного общества это закономерный процесс.

Зависимость системы масс-медиа от политического режима есть одна из сторон объективной их связи. Но движение власти и СМИ должно быть встречным. СМИ же, включаясь во взаимодействие с властными структурами, преследуют цель удовлетворения информационных потребностей, как отдельной личности, так и общества в целом, публично выражения общественных интересов; с другой стороны, деятельность СМИ направлена на получение дохода от реализации своей аудитории (рекламодателям или спонсорам, в том числе и органам власти). Таким образом, мы можем утверждать, что взаимодействие СМИ и власти носит достаточно противоречивый характер в силу различной направленности их деятельности и наличия у них особых интересов.

Особое внимание в стратегии информационной политики, на мой взгляд, должно быть уделено региональному вопросу, так как обширная территория России не позволяет быстро и однородно проводить информационную политику. Данное обстоятельство диктует необходимость центру действовать не в формате усиления административного рычага для проведения информационной политики, что является политическим пережитком, а для лучшей эффективности ГИП – центру приходится *делегировать* часть полномочий и возложить ответственность за проведение информационной политики на местные структуры. Однако для этого необходим четкий законодательный механизм регулирования деятельности местной власти по данному направлению.

Один из таких шагов был предпринят в 2006 г., когда субъекты федерации лишились права принимать свои собственные законы в отношении СМИ. Это вызвало необходимость строго придерживаться выработанных на государственном уровне стратегии и алгоритмов для реализации ее на местах, однако лишило местные власти права законодательства в удобном для конкретного региона формате. Огромная территория страны, различные экономические и политические условия субъектов РФ приводят к тому, что место и роль средств массовой информации в различных регионах неодинаковы. Эта ситуация требует индивидуального подхода и учета региональной специфики в регулировании медиасферы.

Кроме того, весьма важным является поиск баланса между государственным и общественным регулированием деятельности СМИ. При этом необходимо более четко проводить линию на обеспечение подлинно демократического развития нашего общества и государства в направлении открытого информационного общества. А это в свою очередь невозможно представить без адекватной и комплексной оценки информационной развитости регионов, которая должна учитывать как *количественные*, так и *качественные* критерии.

Количественные критерии демонстрируют степень проникновения медиа в массы (количество экземпляров газеты на 1000 жителей, число принимаемых на этой территории телеканалов и т.п.) и интенсивность коммуникационных процессов (совокупные тиражи газет и журналов, объемы вещания радиостанций и ТВ, посещаемость местных веб-сайтов и т.д.) [1]. Качественные критерии определяют степень разработанности медийных ресурсов, а именно: типологическое разнообразие прессы, долю регионального контента в вещании электронных СМИ, уровень значимости медийных проектов (есть ли у них выход на общенациональную аудиторию и т.д.) [1]. Это помогает понять, какому региону становится тесно в рамках старых административно-территориальных границ и почему он начинает распространять своё информационное влияние на другие территории и общности. Территории, сумевшие сосредоточить специалистов с ключевыми квалификациями в информационно-коммуникационной сфере, сумевшие сконцентрировать СМИ и перевести их критическую массу в информационный прорыв могут претендовать на роль центров новых культурно-экономических регионов. А в некоторых районах РФ возможно уже пора

переосмыслить понятие «центра» и «периферии» в региональных информационных пространствах.

Проводником региональной информационной политики, и в этом она не отличается от общегосударственной, являются не только СМИ, но и интернет. Данная статья одной из своих целей ставит оспаривание преимуществ интернета перед традиционными СМИ, и в первую очередь перед печатными при осуществлении региональной информационной политики (РИП). Данное соперничество касается не только реализации ГИП и региональной информационной политики, но и ситуации на медиарынке в целом.

Печатная пресса до сих пор популярна среди среднего и старшего поколения, особенно в регионах, и особенно в тех регионах, где еще не так сильна информатизация, а привязанность читателей к печатной прессе очень прочна. Высока и степень доверия к печатному материалу.

Веб-аудитория в России хоть и продолжает увеличиваться, но по данным Минкомсвязи РФ на начало 2012 г. составила всего 70 млн человек (все население РФ на 1 декабря 2011 г. – 142,9 млн чел.), т.е. только половину.

В течение ряда лет по заданию федеральных органов государственной исполнительной власти Всероссийский Научно-исследовательский Институт проблем вычислительной техники и информатизации (ФГУП ВНИИПВТИ) проводит мониторинг состояния региональной информатизации на основе специально разработанного типового «Паспорта информатизации субъекта Российской Федерации». По результатам этих работ сформирована база данных о состоянии информатизации регионов, использование которой позволяет проводить детальный и многоаспектный анализ состояния региональной информатизации.

«Мониторинг состояния и уровня региональной информатизации (по итогам 2010 г.)» [3] показал, что важную роль в развитии информатизации на региональном и муниципальном уровне имеет наличие в органах власти субъектов Российской Федерации ИКТ-подразделений. Однако, по данным того же мониторинга в среднем по России только около 40 % органов власти имеют такие подразделения. Для органов местного самоуправления значения показателей по доступу органов власти к интернету и по наличию собственных сайтов равны 83 % и 58 % соответственно.

Данные Мониторинга 2010 г. свидетельствуют, что, во-первых, хотя интернет стал «средством массовой информации», традиционные газеты, радио и телевидение формируют общественное мнение и умонастроения масс пока ещё больше веб-сайтов, и, во-вторых, продолжает существовать «информационное неравенство» как между органами государственной власти разного уровня (федеральные, региональные и муниципальные), так и между различными регионами.

Естественно, что на местном уровне при взаимодействии органов власти и местных СМИ остается еще множество пробелов и нерешенных проблем.

Особенную тревогу у исследователей вызывает вопрос местной прессы. Этому вопросу посвящен ряд статей, выступлений журналистов, политологов, экспертов – с одной стороны они говорят о кризисе прессы и в частности локальной прессы, что особенно касается печатных изданий (статьи М. Карасева «Проблемы российской региональной прессы»; С. Колесник, А. Кынева «Медведев обрек местную прессу на смерть»; Д. Мартынова, А. Оськина «Региональная пресса и ее проблемы»; Б. Дубина «Посторонние: власть, масса и массмедиа в сегодняшней России»; исследование, проведенное В. Касютиным, секретарем Союза Журналистов России совместно с ФРИП «Проблемы развития региональных рынков печатных СМИ»). С другой стороны исследователи говорят об эффективности использования местной прессы властными органами для налаживания диалога с населением, о возросшей лояльности читателей к локальной прессе, о росте интереса к локальному медиарынку (В. Зиновьева «Региональной прессе нужно научиться себя продавать», «Наступление региональной прессы», О. Калмыков «Региональная пресса в «эпоху стабилизации», интервью исполнительного директора ИД Media Info Group И. Сибирко «Лояльность читателей к локальной прессе выше», выступления на отраслевой конференции «Раз-

витие издательского бизнеса в регионах России: будущее – за местной прессой» от 25 июня 2008 г. в рамках выставки-конференции «Издательский бизнес», интервью Михаила Ненашева – заведующего кафедрой периодической печати Московского государственного университета печати, председатель оргкомитета выставки «ПРЕССА» и т.д.).

Если говорить о региональной информационной политике на примере конкретного региона, то возможно рассмотреть ее реализацию в Астраханской области. Здесь также всплывает вопрос соперничества интернета и печатных СМИ.

Касается ли низкая степень информатизации Астраханской области? И эффективнее ли на данном этапе использовать печатные СМИ в Астраханском регионе?

Все властные органы и службы в Астраханской области имеют свои интернет сайты с наличием обратной связи или рубриками вопрос-ответ. Однако не все сайты должным образом функционируют: контент-анализ сайтов многих органов власти показал, что чаще всего информационное наполнение представляет собой лишь набор гиперссылок, отсылающих посетителя на федеральный сайт того же органа (Сайт Арбитражного суда АО, сайт Судебного департамента АО), а контент является лишь компиляцией информационных сообщений федеральных органов власти и федеральных законов, без предоставления информации по региону.

К информативным, тематически богатым сайтам с развернутым контентом, функционирующей обратной связью можно отнести сайты Прокуратуры Астраханской области, сайт Губернатора АО, сайт Астраханского Правительства, но из общего количества проанализированных сайтов таких наберется только 18 %. Проанализировав электронную среду можно сказать, что определенные шаги, очень уверенные и стратегически верные, были совершены Астраханским правительством на протяжении нескольких лет с момента внедрения «Концепции» на пути к открытости государственных органов, тесному взаимодействию с населением через обратную связь в интернет-среде. Взаимодействие в рамках интернет-сообществ, повышение транспарентности органов муниципального самоуправления, «электронное участие», оказание муниципальных услуг он-лайн – это те тенденции, которые должны преобладать в электронной среде коммуникации между властью и обществом, однако в Астраханской области еще рано говорить о подобном.

Основными препятствиями для развития информационно-коммуникационных технологий скорее всего являются традиционализм мышления муниципальных управленцев, недостаточная материально-техническая оснащённость, низкий уровень информационной грамотности населения.

Данные статистики и проведенный контент-анализ убедили в необходимости проведения контент-анализа астраханской газеты «Волга» для анализа рефлексии прессы на меры федерального и местного уровня по налаживанию диалога с прессой и по усилению «прозрачности» органов власти для граждан и для СМИ.

Областная газета «Волга» – старейшее (основана в 1917 г.) и самое известное издание Астраханской области. За десятилетия выхода у «Волги» сформировался широкий круг постоянных читателей и постоянно присутствует на газетном рынке Астраханской области. Кроме того газета «Волга» – единственное издание в области, в котором множество регулярных тематических страниц: культура, здравоохранение, экономика, политика, ЖКХ, образование, наука, сельское хозяйство. Данная газета имеет собственных корреспондентов в сельских районах области и распространяется среди сельских жителей, которые имеют собственную службу подписки и распространения «Альтернатива». Девяносто пять процентов тиража составляет подписка. Данное издание пользуется заслуженным авторитетом у местных общественных организаций, политических деятелей и руководителей всех уровней. «Волгу» выписывают все госструктуры региона. Кроме того, «Волга» – общественно-политическая газета Астраханской области. В рейтингах популярности и рейтингу индекса цитируемости [4] в Астраханском регионе «Волга» уверенно на протяжении последних десяти лет входила в состав первой тройки печатных изданий, что заставило обратиться именно к ней.

Мною было проанализированы все выпуски газета «Волга» за 2011 г. За единицу анализа были взяты 48 слов или словосочетаний, обозначающие наименования государственных органов федерального и местного уровней (например, Государственная Дума РФ, Правительство РФ, Дума АО, или Правительство АО, Министерство здравоохранения РФ и т.д.) или упоминания их глав как их персонифицированное воплощение (например, президент РФ – глава государства – Д. Медведев, губернатор АО – глава региона – А. Жилкин и т.д.) Всего проанализировано 2115 информационных сообщений.

Сравнительный анализ ключевых слов, выведенных на основе контент-анализа, позволяет говорить о влиянии государственных органов власти на содержание средств массовой информации. Наиболее заметна корреляция между тематическими группам ключевых слов исполнительной власти и государственного средства массовой информации – газеты «Волга». Особенно явно это проявляется в персонификации политического дискурса и доминировании в нем представителей исполнительной власти. Можно говорить и о том, что законодательная власть представляется в газете несколько обезличенно. Кроме того, в целом (за небольшим исключением – 14 информационных сообщения за весь исследуемый период) для всех подвергнутых анализу сообщений характерно избегание оценочных суждений, а также оперирование, как правило, фактологической информацией. Мало материалов по разъяснению законодательства и правовому воспитанию населения, что однако с лихвой компенсируется частыми интервью с представителями местной власти по вопросам, присылаемым в редакцию местными жителями, наличие многочисленных рубрик типа «вопрос-ответ» с участием представителей властных органов или ЖКХ.

Таким образом, анализ материалов газеты «Волга» за 2011 г. показал, что печатные СМИ участвуют в формировании имиджа региональной власти, а также что у власти присутствует стремление к установлению контакта с аудиторией посредством СМИ как канала политической коммуникации, что говорит о преодолении этапа преобладания иерархического типа политической коммуникации в данном регионе, и это выбивается из общероссийских тенденций.

В целом, информационная политика Астраханской области детерминирована целым рядом факторов, в том числе геополитическим, социально-экономическим, технологическими т.д. Акторами информационной политики чаще выступают исполнительные органы местного самоуправления. Среди функций реализации информационной политики доминируют информационная и мобилизационная. Серьёзной проблемой становится так называемый «властечентризм» в СМИ, т.е. преимущественное отражение деятельности органов власти, без информационной поддержки остаётся участие общественности в развитии местного сообщества, гражданские инициативы населения. Если местная власть и становится объектом критики, то не как элемент системы федеральной власти, а как независимая ветвь власти, не отвечающая, однако, потребностям региона и ожиданиям населения. При этом, по-прежнему основным способом дискредитации представителей власти становится персонификация проблем области с целью обвинения конкретных представителей властных структур.

Одной из проблем региональной прессы – это слабо развитый рекламный рынок. Эта проблема касается и астраханской прессы в том числе, и возможно объясняет отчасти выявленные минусы в ее работе (на примере газеты Волга). Как показывает на местах практика, самостоятельно СМИ не могут выжить, поскольку рекламный рынок в городе пока не развит по причине ограниченного объема местных товаров и услуг. Ареал распространения СМИ, как правило, ограничен территорией города или района. Поэтому о финансовой самостоятельности большинства СМИ говорить сегодня преждевременно, вследствие чего в экономическом положении СМИ решающую роль, по-прежнему, играют два фактора: умение договориться с органами государственной власти и выйти на заключение с ними договора о сотрудничестве (т.е. получить доступ к бюджетному финансированию); обеспечить себе финансовую базу за счет представителей бизнеса. Информационную политику Астрахани можно охарак-

теризовать лишь как реакцию власти на сиюминутные изменения информационной среды. Но информационная политика должна содержать стратегически цели, тактику действий.

Однако в целом, в Астраханской области расширяется региональное печатное пространство, как и по России. Растут, соответственно, и возможности информационно-политического управления субъектов областного и городского уровней. В последние годы отмечена тенденция создания на территориях регионов информационных агентств, информационных холдингов и интернет-изданий, что не обошло и Астраханский регион.

Можно констатировать, что в деятельности СМИ пока не наблюдается откровенной оппозиционности государственным властным структурам, поскольку это, во-первых, не востребовано обществом и, во-вторых, пока не входит в число целей региональной и местной элиты.

Информационная политика государственных органов власти должна строиться на следующих принципах: во-первых, полная открытость органов власти для средств массовой информации; во-вторых, отсутствие диктата во взаимодействии со СМИ. Они должны быть свободны в выборе и распространении информации, производимой самими органами власти. Взаимодействие органов власти и СМИ должно проходить на основе взаимного уважения равных партнеров, что позволит оптимизировать информационные отношения между органами государственной власти, СМИ и обществом.

Таким образом, в рамках информационной политика отдельное внимание власти должен приковывать региональный компонент. Местные СМИ несут в себе полное и оперативное освещение событий, происходящих на местах, они сочетают официальные сообщения от местных органов власти, местную информацию, различные полезные советы и сведения, имеющие практическое значение для населения. Региональные и местные СМИ более чутко ориентируются на потребности населения, нежели центральные. Они интенсивно взаимодействуют со своей аудиторией, и по своим качественным характеристикам полнее и глубже соответствуют ценностным ориентациям своих читателей и слушателей. В информационном развитии регионов не должны видеть только количество компьютеров, поставленных в образовательные учреждения, или количество интернет-провайдеров, но не учитывают рост совокупных тиражей печатных периодических изданий и количества электронных СМИ. Игнорирование роли медиаиндустрии в формировании информационных ресурсов связано со слабостью профессиональных организаций журналистов, с недостатком лоббирования журналистских интересов в коридорах власти, а также отсталостью прикладных научных исследований в сфере массовых коммуникаций, а так же веской причиной «не замечать» прессу в региональных процессах развития является и отсутствие системы статистических измерений медиапроизводства и медиапотребления, ведомственная разобщенностью.

Региональная информационная политика, в том числе и проводимая в Астраханском регионе, однозначно должна быть сориентирована на печатные СМИ, как более эффективный инструмент проведения информационной политики на местах и формирования положительного имиджа региональной власти. Печатные СМИ именно в Астраханской области пока не сдают свои позиции, а более доступны и популярны, пользуются доверием среди населения.

Список литературы

1. Ершов Ю. М. Информационный потенциал регионов / Ю. М. Ершов // Медиаскоп: электронный научный журнал Факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова. – 2008. – Вып. 2. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/old/node/221.htm>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
2. Концепция государственной информационной политики. – Режим доступа: <http://www.russia.edu.ru>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
3. Мониторинг состояния и уровня региональной информатизации (по итогам 2010 г.). – Режим доступа: <http://pvti.ru/reginfo-monitorungreginfo.htm>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.

4. Рейтинг газет города Астрахани, ООО «Консалтинг АБВ». – Режим доступа: http://www.astragid.ru/analytics/reiting_gazet/, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.

References

1. Ershov Ju.M. Informacionnyj potencial regionov [Information potential of regions]. *Mediascop: jelectromnyj nauchnyj zhurnal Fakul'teta zhurnalistiki MGU imeni M.V. Lomonosova* [Mediascop: Electronic Scientific Journal of the Faculty of Journalism of M.V. Lomonosov Moscow State University]. 2008, iss. 2. Available at: <http://www.mediascope.ru/old/node/221.htm> (accessed 2 July 2012).
2. *Koncepcija gosudarstvennoj informacionnoj politiki* [Concept of the state information policy]. Available at: <http://www.russia.edu.ru/information/legal/law/up/909/2051>.
3. *Monitoring sostojanija i urovnja regional'noj informatizacii (po itogam 2010 g.)* [Monitoring of state and level of regional information (following the results of 2010)]. Available at: <http://pvti.ru/reginfo-monitorungreginfo.htm>.
4. *Rejting gazet goroda Astrahani, ООО «Konsalting ABV»* [Rating of newspapers of Astrakhan, JSC "Consulting ABV"]. Available at: http://www.astragid.ru/analytics/reiting_gazet.

«РЕСУРСНЫЙ НАЦИОНАЛИЗМ» ПРИКАСПИЙСКИХ ГОСУДАРСТВ В КОНТЕКСТЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ: ПРИМЕР КАЗАХСТАНА И РОССИИ

Мухаррямов Ремир Равильевич, аспирант

Астраханский государственный университет
414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, д. 20а
E-mail: rm-proekt-lotos@mail.ru

В статье исследуется феномен «ресурсного национализма» в странах прикаспийского региона в контексте глобальной мировой тенденции «ресурсного накопления». Отмечено, что контроль над существующими ресурсами в направлении формирования госкапитализма стал для политического руководства стран Каспия большим благом, чем иные доступные альтернативы. Данные тенденции рассмотрены на примере Казахстана и России в контексте политических процессов.

Ключевые слова: ресурсный национализм, политический процесс, ресурсное накопление, Каспийские энергоресурсы, государственный капитализм, нефть и газ Казахстана и России.

“RESOURCE NATIONALISM” OF CASPIAN STATES IN THE CONTEXT OF POLITICAL PROCESSES: THE EXAMPLE OF KAZAKHSTAN AND RUSSIA

Mukharriamov Remir R., post-graduate student

Astrakhan State University
20a Tatishchev st., Astrakhan, 414056, Russia
E-mail: rm-proekt-lotos@mail.ru

The paper presents the phenomenon “resource nationalism” in Caspian states in the context of global world tendency for rising state resource control. Kazakhstan and Russia as well as other Caspian countries have increased their direct control of the oil industry. The author notes that the balance of motives in the recent expansion of state control cannot be gauged with any confidence, but guarantees political control for the present ruling group.

Keywords: Resource nationalism, Political process, State resource control, Caspian energy resources, State capitalism, Oil and gas of Kazakhstan and Russia.

Эта работа изучает природу такого политического феномена, как «ресурсный национализм» прикаспийских государств через призму политической борьбы за достаточно важный суперресурс, как нефть. В центре исследования рассматривается политический процесс возврата более полного государственного контроля над нефтегазовой отраслью на примере показательных в этом отношении таких каспийских государств, как Казахстан и Россия.