



Примечания

- ¹ См., например: *Щербина Ф. Л.* Законы эволюции и русский большевизм. Белград, 1921; *Струве П. Б.* Размышления о русской революции. София, 1921; *Волин А.* Молодая Россия. Конец русского погрома. Берлин, 1921; *Салтыков А. А.* Две России. Национально-психологические очерки. Мюнхен, 1922; *Ландау Г.* Сумерки Европы. Берлин, 1923; *Франк С. Л.* Крушение кумиров. Берлин, 1924 и др.
- ² *Муров Н. Е.* Плоды народовластия. Париж, 1923.
- ³ Там же. С. 45–46.
- ⁴ *Форд Г.* Международное еврейство. Берлин, 1925. С. 230, 237.
- ⁵ *Муров Н. Е.* Указ. соч. С. 30.
- ⁶ Там же. С. 28.
- ⁷ Там же. С. 24.
- ⁸ Там же. С. 77, 93.
- ⁹ Там же. С. 89.
- ¹⁰ Там же. С. 95.
- ¹¹ Там же. С. 97.
- ¹² Там же.
- ¹³ Там же. С. 97.
- ¹⁴ Там же. С. 32.
- ¹⁵ Там же.
- ¹⁶ Здесь Н. Е. Муров поддерживал точку зрения, устоявшуюся в определенных кругах российской эмиграции. В ряде изданий (см., например: *Волин А.* Указ. соч. С. 167 и др.) указывалось на существенный вклад главы британской миссии в подготовку свержения монархии. Данная точка зрения бытовала на страницах эмигрантской прессы. Например, журнал «Двуглавый орел» (Берлин) от 1 июля 1921 г. писал: «Великобританский посол сэр Бьюкенен, верный традициям английской дипломатии, навеки вписал свое имя в летопись истории яркими штрихами подлости и предательства».
- ¹⁷ *Муров Н. Е.* Указ. соч. С. 218.
- ¹⁸ Там же. С. 98.
- ¹⁹ *Франк С. Л.* Указ. соч. С. 3.
- ²⁰ *Мережковский Д. С., Гиттинс З. Н., Философов Д. В., Злобин В. А.* Царство антихриста. Лейпциг, 1922. С. 22.
- ²¹ См.: *Бобрищев-Пушкин А. В.* Новая вера // Смена вех : сб. статей. Прага, 1921. С. 114.
- ²² *Муров Н. Е.* Указ. соч. С. 37.
- ²³ Там же. С. 118.
- ²⁴ Там же.
- ²⁵ Там же. С. 119.
- ²⁶ Там же. С. 114.
- ²⁷ Там же. С. 42.
- ²⁸ Там же. С. 39.
- ²⁹ Там же. С. 89.
- ³⁰ Там же. С. 41.
- ³¹ Там же. С. 47.
- ³² Там же. С. 51.
- ³³ Там же.
- ³⁴ *Шульгин В. В.* Что нам в них не нравится. СПб., 1992. С. 95, 103.

УДК 32.019.5 – 053.81

ЭВОЛЮЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ФУНКЦИОНАЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ СМИ

А. В. Россошанский

Саратовский государственный университет
E-mail: vil57@yandex.ru

В статье рассматриваются особенности нормативно-правовой базы российской медиасреды, влияние общественно-политических процессов, бизнеса, властных структур на деятельность и функциональные характеристики СМИ. В зависимости от меняющихся политических ролей СМИ автор выделяет и характеризует три этапа развития российской медиасистемы.

Ключевые слова: массмедиа, медиасреда, медиасистема, политические функции СМИ.

Evolution of Political Functionality of the Russian Mass Media

A. V. Rossoshansky

This article is devoted to the peculiarities of the Russian media sphere's law basis and the way social-political processes, business and power structures influence activity and functional features of the Mass Media.

© Россошанский А. В., 2012



According to the changing political roles of the Mass Media the author figures out and describes three stages of the Russian media-system's development.

Key words: mass media, media-sphere, media-system, political functions of the mass media.

Одним из ключевых факторов, определяющих функциональность СМИ в современном российском обществе, являются «правила игры», установленные в соответствии с существующей политико-правовой средой, конфигурацией политического режима. В зависимости от них набор функций, выполняемых СМИ, может значительно варьироваться.

В традиционных западных демократиях к основным функциям СМИ, регулирующим политические отношения, принято относить:



информационную; социализации; контроля и критики власти; артикуляции интересов; интеграции субъектов политики и мобилизации граждан¹. Они являются важным каналом коммуникации между обществом и властью, обеспечивающим стабильное функционирование политической системы.

В социально ориентированных демократиях этот набор дополняется рядом других функций, свойственных так называемой качественной прессе. Это наблюдение за жизнью общества и полный отчет о его состоянии, формирование образа мира, обеспечение форума для выработки консенсуса и распространение культуры. В этом случае акцент делается на обеспечении обратной связи. СМИ выступают в качестве площадки для обсуждения общественно важных проблем и привлечения к ним всеобщего внимания.

В еще не устоявшихся, новых демократиях функциональность СМИ выглядит несколько иначе. Так, венгерский социолог П. Тамаш, рассматривая массмедиа в ряде стран, находящихся в стадии постсоциалистического развития, выделяет такие функции, как стабилизация общественной системы, поддержка слабого гражданского общества, поддержка новых элит, участие в их легитимации и формирование доверия к ним, установление новых границ публичности и приватности, социальное определение в новой системе стратификации, внедрение новых моделей делового поведения². В таких условиях СМИ становятся влиятельным субъектом политики, инструментом реализации политических интересов.

Таким образом, функции СМИ модифицируются в зависимости от параметров политического режима и конкретизируются в различных областях социально-политической деятельности.

Для того чтобы выяснить, как менялась роль СМИ в постсоветской России, рассмотрим, как трансформировались политико-правовые условия их функционирования.

«Правила игры», которые сегодня установлены для СМИ, являются следствием уже достаточно долгого процесса совершенствования нормативно-правовой базы, воздействия трансформации системы властных отношений, адаптации к отечественным политическим традициям, сложившимся в информационной сфере.

Принципиальные параметры российской медийной среды сформированы в начале 1990-х гг., когда были приняты первые нормативно-правовые акты, закрепляющие принципиальные основы информационной деятельности в стране. Ядром законодательства о СМИ стал Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации», принятый в декабре 1991 г. Его основной идеей стали свобода печати и недопустимость цензуры. Как следует из текста закона, в Российской Федерации поиск, получение, производство и распространение массовой информации, учреждение средств массовой информации, владение,

пользование и распоряжение ими, изготовление, приобретение, хранение и эксплуатация технических устройств и оборудования, сырья и материалов, предназначенных для производства и распространения продукции средств массовой информации, не подлежат ограничению. Помимо этого устанавливается запрет на создание и финансирование организаций, учреждений, органов или должностей, в задачи либо функции которых входит осуществление цензуры массовой информации.

Важно, что эти принципы отразились и в основном законе государства – Конституции Российской Федерации. Самостоятельность и независимость агентов процесса коммуникации закрепляется в ст. 29, согласно которой «каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любыми законными способами <...> гарантируется свобода массовой информации. Цензура запрещается»³.

На начальном этапе (в начале 1990-х гг.), в период зарождения новой российской государственности, эти принципы как никогда больше выражались на практике и были приближены к реальной политической жизни. СМИ имели значительную свободу действий и мнений и относительную независимость. Либеральные тенденции в период перестройки и гласности дали СМИ возможность выйти за идеологические рамки, в которых существовали советская пресса и электронные медиа. На время они превратились в духовного лидера общества, вели его за собой, объясняли происходящее, излучали надежду и занимали в жизни большинства людей особое и важное место. Тем самым по содержанию кардинально изменились их ценностно-регулирующая и социально-организационная функции. СМИ стали главной движущей силой происходящих перемен, способствующей массовой демократической мобилизации граждан, внедряющей в массовое сознание западные либеральные ценности – свободу слова, политический плюрализм и идеологическое многообразие, главенство частной собственности над общественной и государственной, ее неприкосновенность, свободу предпринимательской деятельности и т. д. По мнению многих ученых-обществоведов, «перестройка» стала «золотым веком гласности» – периодом журнального и газетного бума, когда пресса пользовалась огромной популярностью и авторитетом. В качестве основного врага СМИ объявили партийно-советскую номенклатуру – «главную социальную силу механизма торможения»⁴.

Такое состояние СМИ было во многом результатом сопротивления российской республиканской власти, возглавляемой Б. Ельциным, и союзной под руководством М. Горбачёва, а затем борьбы за власть между исполнительной и законодательной властью. Фактически это означало борьбу старой советской идеологии и



новой, зарождающейся демократической. В этих условиях ни одна из политических сил, поглощенных и ослабленных борьбой, не была в состоянии установить полного контроля СМИ. В результате поначалу СМИ выступали как самостоятельный субъект политики, расположения которого стремились добиться каждая из противоборствующих сторон.

Политическая борьба между парламентом и президентом велась под лозунгом большей преданности каждой из ветвей государственной власти принципам свободы печати. И парламент, и президент пытались привлечь на свою сторону как можно большее количество средств массовой информации. Если парламент принимал закон или постановление о гарантиях свободы слова, президент тут же издавал указ о защите свободы печати⁵. Законодательная власть учредила наблюдательные советы по обеспечению свободы слова, а президент основал Федеральный информационный центр и Государственную инспекцию по защите свободы печати и массовой информации. Когда президент предписывал выделять субсидии редакционным коллективам, законодательная ветвь власти принимала нормативный акт о дополнительных льготах для органов печати.

Одновременно с борьбой за лояльность существующих СМИ шел процесс образования новых подконтрольных СМИ. Так, в июне 1990 г. по решению российского Верховного Совета, была учреждена Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания (ВГТРК). Но вплоть до мая 1991 г. власти СССР либо отказывались выделять ВГТРК необходимые частоты, либо давали их с потенциально немногочисленной аудиторией. В споре с правительственными органами СССР относительно второго канала Центрального телевидения и одного из трех общенациональных радиоканалов Верховный Совет РСФСР настаивал на своем праве учреждать средства массовой информации, которые бы не только отражали новую идентичность России, но и были первыми национальными каналами, свободными от цензуры и контроля со стороны Кремля. Те же доводы выдвигались и при учреждении «Российской газеты» – ежедневной газеты российского парламента⁶.

После победы Ельцина и особенно после провала путча 1991 г. начался «дележ приза», когда победитель получал все. Уже 21 августа Ельцин издал Указ «О средствах массовой информации в РСФСР», по которому Гостелерадио СССР перешло в ведение правительства России, а ВГТРК получила целиком второй общесоюзный канал. Этот закон был призван закрепить и легитимировать новый статус массмедиа – их независимость от партийно-государственной власти.

Позднее рядом правительственных и президентских актов наследство Гостелерадио поделили между ВГТРК и вновь образованными государственными телерадиокомпаниями «Остан-

кино», «Петербург» и «Москва». Журналистские коллективы получили права их соучредителей⁷.

В этот период функционирование СМИ в большей степени соответствовало «либертарианской» модели, предполагающей, что пресса работает по законам рыночного спроса и предложения и снабжает потребителей товаром, хотя товар этот особого рода. Поэтому «рынок идей» должен функционировать по тем же законам, что и рынок товаров, а всякое ограничение свободы печати не допускается, так как рыночная конкуренция сама обеспечит «естественный отбор» лучших изданий и вымирание худших.

Создавалась новая система российских демократических массмедиа, преданных «либертарианской» идеологии. Такая ценностная доминанта влияла на выполнение информационной функции. Фактически главной целью деятельности новых демократических СМИ было производство и распространение не объективной информации, а только той ее части, которая была востребована обществом (критика советской идеологии, разоблачение партийной номенклатуры, пропаганда демократических взглядов и т. д.). Как отмечает В. Усачева, перед СМИ в этот период (1990–1993 гг.) стояли следующие задачи:

- информировать, но следуя при этом определенной политической линии;
- «искать правду», но соответствующую нынешним идеалам;
- контролировать власть, но только в форме ее «воспитания»⁸.

Существенно, что такое состояние было не навязано другими акторами, а продуцировано самими СМИ при одобрении и поощрении исполнительной вертикали власти, заинтересованной в демократизации СМИ и тем самым в крушении культов и идеалов советской эпохи. Главенство демократических настроений привело к необъективному отрицанию всего, что было связано с советской властью, когда неявным ограничителем стала выступать уже «цензура демократии».

Таким образом, на этапе становления российской медиа-системы СМИ обладали значительным суверенитетом, продуцированным либеральной политико-правовой средой. Их главной функциональной особенностью в этот период была критика всего связанного с советской эпохой. Они были союзниками новой демократической власти, снявшей с их деятельности все существовавшие ранее ограничения, и врагами старой советской партийной номенклатуры.

Устранение цензуры, государственной монополии создало политические предпосылки для формирования «четвертой ветви власти» в лице СМИ. После принятия в декабре Конституции и избрания нового парламента начинается активная работа по созданию нормативно-правовой базы, регулирующей информационные отношения. Одним из главных становится вопрос о порядке взаимодействия СМИ и государства в новых условиях.



Преобразования начались с властных структур. 22 декабря 1993 г. президент издает Указ «О совершенствовании государственного управления в сфере массовой информации», по которому ликвидировалось Министерство печати и информации, а вместо него образовывалось два новых органа: непосредственно подчиненная президенту Федеральная служба России по телевидению и радиовещанию (ФСТР) и Государственный комитет РФ по печати (Госкомпечати), подведомственный правительству. Комитет отвечал за печатные средства массовой информации: регистрацию, лицензирование издательской и полиграфической деятельности, а также контролирование соблюдения законодательства печатными средствами массовой информации. В свою очередь ФСТР отвечала за теле- и радиовещание: проводила регистрацию электронных СМИ, лицензирование телевизионного вещания, радиовещания и вещания дополнительной информации, контроль соблюдения законодательства электронными средствами массовой информации⁹.

Для законодательного регулирования этих отношений Государственной думой в течение двух зимних месяцев была принята целая группа законов: 15 декабря 1994 г. Федеральный закон «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» (вступил в силу 13 января 1995 г.); 20 января 1995 г. Федеральный закон «О связи» (вступил в силу 16 февраля 1995 г.); 25 января 1995 г. Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации» (вступил в силу 20 января 1995 г.).

Закон «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации»¹⁰ предусматривает освещение событий, связанных с деятельностью государственных органов в соответствующих государственных СМИ. В число событий входят обращения и заявления, сделанные Президентом Российской Федерации, Советом Федерации, Государственной думой и Правительством РФ, открытие первых официальных сессий палат парламента и нового правительства, а также инаугурация президента. Данный закон, по сути, отделяет государственные СМИ, которым власть может предписывать конкретные информационные решения, от негосударственных. Действие закона распространяется только на те периодические издания, телерадиопрограммы, в составе учредителей которых есть органы государственного управления. В соответствии с ним государственным СМИ предписывалась функция информационного сопровождения деятельности высших органов государственной власти

Действующий механизм государственного регулирования процессов на информационном пространстве определяется новым Федеральным законом «О связи»¹¹, вступившим в силу 1 января 2004 г., который отменил ранее существовавший.

Им устанавливаются правовые основы деятельности в области связи, полномочия органов государственной власти по регулированию подобной деятельности, права и обязанности лиц, участвующих в данном процессе или пользующихся услугами связи. Урегулировано оказание универсальных услуг связи, к которым относятся, в частности, услуги по передаче данных и предоставлению доступа к сети Интернет с использованием пунктов коллективного доступа. Введено понятие оператора, занимающего существенное положение в сети связи общего пользования, определены требования к порядку присоединения сетей электросвязи и их взаимодействия с сетью электросвязи такого оператора, а также порядок установления цен на услуги присоединения и услуги по пропуску трафика, оказываемые этими операторами. Подробно урегулирован порядок выдачи, переоформления, изменения, приостановления, возобновления и аннулирования лицензий.

Новые правила существенно расширили информационную функцию СМИ. Они получили право заниматься рекламой – распространять информацию, адресованную неопределенному кругу лиц и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Особенности отдельных способов распространения рекламы – на телевидении, радио, в газетах и т. д., – в особенности рекламы отдельных видов товаров детально отражены в Федеральном законе «О рекламе»¹², принятом Государственной думой 14 июня 1995 г. и вступившем в силу в июле 1995 г.

Рассматривая политические функции СМИ, нельзя не учитывать их зависимости от экономических факторов, обеспечивающих самостоятельность прессы и равные стартовые позиции для конкуренции. Без эффективного правового регулирования экономических отношений в сфере массовой информации нельзя создать благоприятных правовых условий для обеспечения информационного плюрализма. Речь идет, во-первых, о мерах, гарантирующих прозрачность отношений собственности и контроля организаций, осуществляющих выпуск СМИ (транспарентность). Во-вторых, настоятельным велением времени является установление мер, которые могли бы обеспечить добросовестную конкуренцию между организациями, осуществляющими выпуск СМИ, упорядочить объективно полезный процесс концентрации средств массовой информации и в то же время предотвратить их монополизацию. В-третьих, через регулирование отношений собственности и контроля законодатель должен обеспечить защиту профессиональной самостоятельности редакций и журналистов¹³.

Фактически ни одна из этих мер реализована не была. В законе о СМИ есть только одна норма, которую можно интерпретировать как меру по обеспечению транспарентности. Так,



ст. 10 требует от учредителя при регистрации СМИ указывать, в отношении каких других средств массовой информации он является учредителем, собственником, главным редактором (редакцией), издателем или распространителем. Кроме этого, в законе закреплён принцип профессиональной самостоятельности редакций и журналистов. Однако на практике он подвергался постоянной эрозии из-за того, что сложившиеся в сфере СМИ теневые экономические отношения не позволяли установить цивилизованные отношения между редакциями и владельцами.

Налицо была очень серьёзная проблема – неразвитость норм, регулирующих экономические отношения, прежде всего отношения собственности, в сфере деятельности СМИ. Как считает Н. Б. Кириллова, в значительной степени именно из-за этого и у государства, и у капитала оказались развязанными руки при установлении своего влияния в информационном пространстве России¹⁴.

К этому нужно добавить, что почти не работали механизмы государственной экономической поддержки СМИ, определяемые Федеральными законами «О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации»¹⁵ и «Об экономической поддержке районных (городских) газет»¹⁶.

Суть Федерального закона «Об экономической поддержке районных (городских) газет» заключалась в том, что он трансформировал ранее существовавшую систему дотаций. Документ предусматривал выделение средств из федерального бюджета на развитие материально-технической базы районных и городских газет и оплату расходов, связанных с их производством и распространением (оплата полиграфических услуг, бумаги, услуг федеральной почтовой связи). Право на получение дотаций признаётся только за теми изданиями, которые включены в Федеральный реестр районных (городских) газет, формируемый Правительством РФ при разработке бюджета и утверждаемый Государственной думой при принятии бюджета. Одновременно в субъектах Российской Федерации создавалась целая система комиссий, которые получали от редакций, органов местного самоуправления, журналистских организаций заявки на включение в Реестр и проводили предварительный отбор. При этом от каждого района в Реестр могла попасть только одна газета. Однако в связи с отсутствием необходимого финансирования данный закон так и не заработал, так как в середине 1990-х гг. государство практически не финансировало принадлежавшие ему СМИ.

В дальнейшем идея выборочной поддержки средств массовой информации получила отражение и в постановлении Правительства РФ № 11 от 12 января 1996 г. «Об улучшении информационного обеспечения населения Российской Федерации». Здесь предусматривалось,

что отдельные «информационно-аналитические материалы информационных агентств, социально значимые телерадиопрограммы и издания» по представлению соответствующих федеральных органов исполнительной власти могут быть отнесены к категории продукции для федеральных государственных нужд с соответствующей закупкой и оплатой из средств федерального бюджета.

Намного полезней оказался Федеральный закон «О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации». Согласно его нормам, средства массовой информации, которые по объективным причинам не могут компенсировать своих расходов через размещение рекламы, продажу тиража и т. д., имели право на определенные льготы – налоговые, таможенные, валютные. При этом льготы не распространялись на периодические печатные издания рекламного и эротического характера (ч. 1 ст. 6), поскольку они носят сугубо коммерческий характер и не могут рассматриваться как институты культуры и развития демократии. Впрочем, налоговые льготы просуществовали только до 31 декабря 2001 г., а таможенные были сведены к тем, которые вытекают из присоединения России с апреля 1995 г. к Соглашению о ввозе материалов образовательного, научного и культурного характера от 17 июня 1950 г. (Флорентийское соглашение). Сам же закон утратил силу с 1 января 2005 года.

Отсутствие эффективных законодательных механизмов, регулирующих экономические отношения в информационной сфере, стало причиной распространения сначала неформальных, «теневых» практик финансирования деятельности СМИ, а затем и их приватизации, которая институционализировала процессы политизации российских СМИ, информационного влияния частного капитала на политику. Новые правила игры требовали от руководителей газет и телерадиокомпаний беспрекословного выполнения воли собственников. СМИ вынуждены были отстаивать интересы своих хозяев, совсем не обязательно совпадающие с интересами общества или государства, а порой и прямо противоречащие им.

К концу 1990-х гг. в России существовало около десятка крупных политизированных и коммерческих медиа-холдингов. Однако способностью проводить самостоятельную информационную политику обладали только государственный холдинг масс-медиа, контролируемый Борисом Березовским, группа «Мост-Медиа» Владимира Гусинского, а также группа СМИ Юрия Лужкова и близких мэрии Москвы компаний. Их преимуществом по сравнению с другими очагами концентрации СМИ был контроль, прежде всего, за всероссийскими телеканалами¹⁷.

В этот период деятельность СМИ, в том числе и государственных, подчинялась интересам капитала, зачастую в ущерб обществу и государству. Показательной являлась ситуация с первым



каналом. Он был образован на базе главного в стране телевизионного канала «Останкино». Председателем попечительского совета был Президент РФ, контрольный пакет акций (51%) принадлежал государству и был распределен между Госкомимуществом (45%), ИТАР-ТАСС (3%) и Телевизионным техническим центром (ТТЦ 3%). Однако частные инвесторы из числа лояльных Кремлю во главе с Борисом Березовским всегда могли заблокировать решения государства, договорившись с какой-либо из этих трех структур¹⁸.

Это было возможно из-за отсутствия консолидированной позиции исполнительной власти, напряженности в отношениях между правительством и президентом. Так, в 1998 г. именно первый канал стал главной проблемой для Евгения Примакова, когда тот был премьером. Пытаясь возродить единую государственную информационную политику для того, чтобы получить необходимую информационную поддержку своей деятельности, премьер вступил в конфронтацию с теми, кто управлял ОРТ. Причем со стороны СМИ этот шаг был расценен как покушение на свободу слова и проявление личных политических амбиций Е. Примакова, который, в конечном счете, так ничего и не добился.

Четвертая власть усилиями «групп интересов», инкорпорировавших прессу в свой политико-экономический бизнес, превратилась в инструмент лоббирования. СМИ приобретались не как обычное коммерческое предприятие, не из расчета коммерческой прибыли, а из чисто политических соображений, с целью получения мощных рычагов воздействия на общественное мнение и влияния на процессы принятия политических решений в стране.

Начиная с 1999 г. с появлением фигуры В. Путина на политическом олимпе государство начинает возвращать свои позиции во влиянии на СМИ. После избрания его президентом в 2000 г. начинается процесс удаления с политической арены тех медиамагнатов, которые не принимают новых правил игры. Стремясь не допустить масштабной критики в свой адрес, исполнительная власть начала оказывать давление на телеканал через правоохранительные органы.

Менялась система государственного управления в области средств массовой информации и массовых коммуникаций. Вместо Госкомпечати и ФСТР было образовано новое Министерство РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций (МПТР).

Одним из первых шагов министерства стали попытки усилить контроль над каналами ОРТ и ТВЦ. Пользуясь своими полномочиями, Минпечати отказало им в автоматическом продлении лицензии и объявило конкурс на право вещать по первому и третьему телеканалам. Обосновали такое решение ссылкой на предупреждения, вынесенные телекомпаниям в 1999 г. во время кампании по выборам в Государственную думу.

Таким образом, власть начала контролировать СМИ, пользуясь при этом буквой закона.

Закономерным следствием этого процесса стала смена собственников НТВ, когда в течение апреля 2001 г. контрольный пакет акций НТВ, принадлежавший В. Гусинскому, перешел к «Газпром-медиа». Общенациональные телевизионные каналы вновь оказались под полным государственным контролем.

Помимо силовых методов использовались и финансовые инструменты. Так, впервые в 1999 г. в федеральном бюджете на исполнение законов «О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации» и «Об экономической поддержке районных (городских) газет» были заложены значительные средства. В результате дотации получили около двух тысяч газет. Был изменен и механизм распределения средств. Ранее предусматривалось их распределение через Министерство финансов РФ и органы исполнительной власти субъектов Федерации. По новым правилам деньги распределялись напрямую Министерством печати, что делало региональные СМИ менее зависимыми от местного начальства, и прежде всего губернаторов.

Таким образом, во взаимоотношениях с властью функциональность СМИ менялась неоднократно. На начальном этапе развития российской медиасистемы (демократическом) СМИ обладали значительной самостоятельностью, выступали в качестве относительно неподконтрольной силы, участвующей в борьбе за власть между старой партийной номенклатурой и новой демократической, либерально ориентированной властью. На втором этапе (олигархическом), в период массовой приватизации, СМИ потеряли свою былую независимость и стали инструментом давления на власть со стороны бизнес-структур. На третьем этапе (государственном) они испытывают давление новых институциональных условий, связанных с укреплением вертикали власти, и выступают уже инструментом легитимации действий государственной власти.

Примечания

- 1 См.: Пугачев В. П. Средства массовой коммуникации в современном политическом процессе // Вестник Моск. ун-та. Сер. 12. 1995. № 5. С. 5–7.
- 2 См.: Фомичева И. Д. Социология СМИ. М., 2007. С. 40.
- 3 Конституция Российской Федерации. Ст. 29, ч. 4, 5. М., 2005.
- 4 Согрин В. Политическая история современной России 1985–1994: от Горбачёва до Ельцина. М., 1994. С. 13.
- 5 См., например: Указ Президента РФ «О защите свободы средств массовой информации» от 20 марта 1993 г. № 376 // Собр. актов Президента и Рос. Федерации. 1993. № 13, ст. 1100; Постановление съезда народных депутатов от 29 марта 1993 г. «О мерах по защите свободы слова на государственном телевидении и



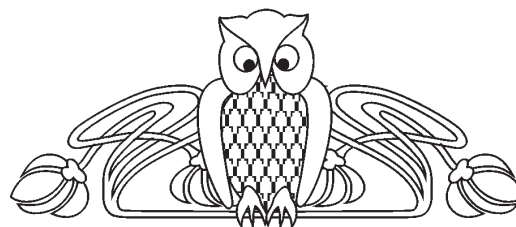
- радиовещании и в информационных службах» // ВСНД и ВС РФ. 1993. № 14, ст. 503.
- ⁶ См.: СМИ постсоветской России. М., 2002. С. 156.
- ⁷ См., например: Указы Президента РФ № 44, 47 // ВСНД и ВС РФ. 1992. № 5–6. Ст. 339, 252.
- ⁸ См.: Усачева В. Власть и СМИ в России : как изменились их взаимоотношения? // Pro et contra. 2000. Т. 5. № 4.
- ⁹ См.: Указ Президента РФ «О совершенствовании государственного управления в сфере массовой информации» от 22 дек. 1993 г. // Рос. газета . 1993. 23 дек.
- ¹⁰ URL: <http://base.garant.ru/103529/> (дата обращения: 18.11.2011).
- ¹¹ URL: <http://www.rg.ru/2003/07/10/svjaz-dok.html> (дата обращения: 18.11.2011).
- ¹² URL: <http://www.rg.ru/2006/03/15/reklama-dok.html> (дата обращения: 18.11.2011).
- ¹³ См.: Федотов М. А. Правовые основы журналистики. М., 2002. С. 258.
- ¹⁴ См.: Кириллова Н. В. Медиасреда российской модернизации. М., 2005. С. 191.
- ¹⁵ Рос. газета. 1995. 5 дек.
- ¹⁶ Рос. газета. 1995. 29 нояб.
- ¹⁷ См.: Засурский И. И. СМИ и власть. Россия девяностых // Средства массовой информации постсоветской России / под ред. Я. Н. Засурского. М., 2002. С. 75.
- ¹⁸ См.: Рихтер А. Г. Правовые основы свободной печати // Система средств массовой информации России / под ред. Я. Н. Засурского. М., 2001. С. 159.

УДК 316.334.3+366.636

РОЛЬ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И РАЗВИТИИ ИНСТИТУТОВ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ

В. А. Зимин

Саратовский государственный университет
E-mail: natali.26.12@mail.ru



В статье рассматриваются особенности деятельности СМИ как института гражданского общества и значимого фактора его развития, раскрывается их роль в формировании политической культуры российского общества.

Ключевые слова: СМИ, политическая культура, гражданское общество, политическая активность граждан.

Role of Mass Media in Formation of Political Culture and Development of Institutes of the Civil Society in Russia

V. A. Zimin

Peculiarities of the Mass Media's work as an institute of civil society and an important factor of its development are considered in this article. Also the role of the Mass Media in foundation of the Russian society's political culture is shown by the author.

Key words: mass media, political culture, civil society, citizen's political activity.

Одной из важнейших проблем демократического развития современной России является становление и укрепление гражданского общества. В свою очередь, его существование невозможно без наличия у членов этого общества гражданских качеств и особой политической культуры. По мнению О. В. Орловой, суть ее заключается в том, что «в гражданском обществе действует человек – обладатель конкретных интересов и потребностей, для удовлетворения которых он

нацелен способностью к сознательной деятельности, прагматическому решению совместно с другими людьми экономических, политических и иных проблем»¹.

В формировании политической культуры граждан и развитии институтов гражданского общества в Российской Федерации важна существенная помощь демократических средств массовой информации, всего комплекса общественных групп, которые должны представлять организованные интересы различных объединений и гражданских институтов.

Средства массовой информации являются важнейшим институтом гражданского общества. Телевидение, пресса и радио формируют представления граждан о стране, в которой они живут. Объективность такой картины зависит в первую очередь от разнообразия СМИ, наличия в информационном поле различных точек зрения. Развитие глобальных сетей цифровых телекоммуникаций значительно усилило влияние средств массовой коммуникации на формирование мировоззренческих установок, ценностной ориентации российских граждан.

Средства массовой информации предназначены для широкого обмена сообщениями в рамках всего общества или достаточно широких социальных общностей. Они являются одновременно каналом выражения общественного мнения и