

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/92120>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Политология

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1 Политический контроль над СМИ: формальные практики в современной России 5

1.1 Социо-культурные и социально-политические факторы трансформации отношений между СМИ и государством 5

1.2 Политический контроль над СМИ в России 15

2 Неформальные практики политического контроля над СМИ в современной России 20

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 29

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 31

своем большинстве обладают свободной прессой и телевидением. Это означает, что спрос на свободу слова падает с уменьшением доходов населения и растет с их увеличением. Если по каким-то причинам спрос на информацию невысок, то доходы газет и журналов формируются не от продажи информации населению, а от обслуживания различных групп интересов. Такая теория может быть вполне применима к российской действительности – уровень жизни большей части населения низок, степень расслоения общества, напротив, высока и имеет тенденцию к увеличению.

В этих условиях государство стремится обладать инструментами влияния на массовое сознание для предотвращения дестабилизации общественного порядка: создает государственные СМИ, контролирует содержание распространяемых материалов, лицензирует деятельность негосударственных СМИ. Сегодня принято выделять следующие основные модели регулирования деятельности СМИ: этатистскую, при которой регулирующая роль остается за государством; рыночную, при которой СМИ находятся в частной собственности; модель общественного вещания (public broadcasting), где СМИ функционируют под контролем общественных советов и финансируются за счет абонентской платы.

Становлению новых независимых российских СМИ способствовало также снятие жесткого государственного диктата над их деятельностью и признание существования различных взглядов и идей в обществе.

Концепция СМИ как «четвертой власти» в России поставила практически все ведущие масс-медиа на один уровень с другими ветвями российской власти – исполнительной, судебной и законодательной. Такого успеха позволил добиться высокий уровень общественного доверия к СМИ перестроечного периода и начала демократических преобразований. Одновременно произошла смена регулирования деятельности СМИ: по аналогии с изменениями в экономической системе общества на месте вертикальной административно-командной системы возникла горизонтальная структура, основанная на институте собственников СМИ; появились первые медиа-холдинги и информационные агентства, контролируемые частным капиталом («Логоваз», «Медиа-Мост», «Национальная служба новостей», «РБК», «ПрофМедиа» и др.). В условиях неразвитости политических институтов и неустойчивости политической системы медиа-холдинги по сути стали играть роль политических партий, определяя конфигурацию политической системы. Сложилась своего рода «медиаполитическая система», за которой находились крупные банки и корпорации. Крупнейшими владельцами СМИ в этот период становятся «Альфа-групп», «Лукойл», «Менатеп», «ОНЭКСИМбанк» и другие. Президентская избирательная кампания 1996 г.

продемонстрировала огромную пропагандистскую силу СМИ: выборы стали примером того, как за полгода можно с помощью телевидения сделать непопулярного политика популярным. Именно этот опыт привел к новой трансформации медиа политической системы России. Государство провозгласило политику «борьбы с олигархами», что непосредственно сказалось на модели регулирования деятельности СМИ.

Восстановление государственного контроля над общенациональными СМИ особенно заметно в случае с телеканалами НТВ и ОРТ: новым собственником телеканала НТВ стал «Газпром», а ОРТ, в основе которого находилась нереализованная концепция общественного вещания, в 2002 г. перешло под государственный контроль, став ОАО «Первый канал», где контрольный пакет акций принадлежит государству (с 22 декабря

2016 г. – АО «Первый канал»). На наш взгляд, сегодня сложилась смешанная государственно-частная модель управления СМИ, в которой произошло перераспределение ролей государства и частного капитала в пользу доминирующего положения государства. Модель общественного контроля в России не нашла широкого применения: ОРТ (Общественное российское телевидение), возникшее в середине 1990-х годов, не являлось по-настоящему общественным; по сути, оно контролировалось частным капиталом. Общественную «нишу» пытается заполнить телеканал ОТР (Общественное телевидение России), но он остается на периферии зрительского внимания, поскольку, несмотря на шестилетнюю историю существования, не предлагает современного и качественного контента. Общественные СМИ — это не просто красивое название. Это форма существования масс-медиа, демонстрирующая способность отражать широкую палитру взглядов, учитывать различные политические точки зрения в обществе, поддерживать баланс мнений, избегать действий в узкогрупповых интересах, не обслуживать конкретный политический заказ. По нашему мнению, сегодня государство вполне устраивает сложившийся порядок функционирования СМИ, а общество недостаточно структурировано для выработки четких идейно-политических ориентаций – как отмечает М.К. Горшков, гражданская самоорганизация уходит в сферу интернет-коммуникаций, а «...личные, индивидуальные интересы начинают превалировать над общественными» .

2 Неформальные практики политического контроля над СМИ в современной России

Конституция 1993 года, а также принятый в 1991 году Закон о средствах массовой информации создали легальную основу и обеспечили правовые гарантии свободы слова и свободы СМИ в России. Однако средства массовой информации, получив свободу и гласность, столкнулись с отсутствием системного подхода к новому типу общества. С одной стороны, после распада Советского Союза российская медиасистема трансформировалась в условиях демонтажа коммунистической системы и появления новых политических и экономических институтов: свободные выборы на всех уровнях, рыночная экономика, гласность, деидеологизация и др. С другой стороны, для этого периода стало характерно сочетание закрепленных Конституцией принципов, норм, правил, то есть институтов с частой их нереализованностью и неприменимостью на практике.

На первом этапе институциональных реформ (начало 1990-х) присутствие государства (как собственника) в российских медиа значительно снизилось в результате приватизации государственной собственности. Во всех сегментах медийной среды (телевидение, радио, печать, информационные агентства) были созданы многочисленные частные медиакомпании. Предполагалось, что коммерческая составляющая и ориентация на рыночную децентрализованную модель станут основными барьерами для проникновения государства в сферу деятельности СМИ . Но формирование новой системы сопровождалось появлением экономических проблем, обусловленных издержками радикального реформирования. К концу 1992 года даже самые крупные издания стали нести значительные убытки, в результате чего возникла необходимость в поиске источников финансирования. Крупнейшие медиахолдинги были приобретены группами с особыми интересами (то есть олигархическими группировками). Появление независимых от государства СМИ сопровождалось попытками установить контроль над медийным пространством. В обмен на использование средств массовой информации, которые поддерживались бизнес-элитами, государство предоставило новым владельцам экономические, имиджевые и репутационные преимущества.

В связи с этим складывающиеся взаимоотношения между акторами в медийной среде стали опираться на нормы и практики, которые де-факто заменяли формальные правила. Постепенно формировалась институциональная система (как в медийной, так и в других сферах), далеко превышающая свое предназначение. Функциональная слабость формальных институтов обеспечила неформальным практикам значительное пространство для развития. Все это отразилось на реализации ряда конституционных принципов (в том числе на таких принципах, как свобода слова, распространения информации) не только в 1990-е, но и в настоящее время.

В результате сегодня в России, как отмечает А.Н. Медушевский, существует значительный разрыв между символическим и инструментальным значением Конституции. Возникают ситуации, когда символическое значение Конституции представляет собой определенную совокупность ценностей и принципов, которые приняты обществом или как минимум демократическим движением, но при этом инструментальная реализация Конституции отходит в сторону от этих ценностей, реализуя в целом концепцию авторитарной модернизации. Особое место в этой трансформации конституционных принципов принадлежит неформальным правилам регулирования отношений общества и власти, которые сегодня являются одной

из главных причин конституционных дисфункций в стране .

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ажгихина Н. Борьба за свободу прессы в России: размышления российского журналиста // Europe-Asia Studies. – 2007. - №59 (3). – С. 1245-1262.
2. Белин Л. Российские СМИ в 1990-х // Журнал коммунистических исследований и политики переходного периода. – 2002. - №18 (1). – С. 139-160.
3. Горшков М.К. Российский социум в условиях кризисного развития: контекстный подход // Социологические исследования. 2016. № 12. С. 26–34
4. Засурский И.И. Медиаполитическая система // Средства массовой информации России / под ред. Я.Н. Засурского. М., 2011. С. 72-114.
5. Adam Jones The Press in Transition, PhD. Thesis, Canada: University of British Columbia, 1999.
6. Gehlbach Scott (2010), «Reflections on Putin and the media», Post-Soviet Affairs, 26 (1): 77-87.
7. Hallin D, Mancini P. Comparing Media Systems Beyond the Western World. University of California, San Diego. 2011. P. 119-140.
8. Koltsova O. News Media and Power in Russia. L., NY: Routledge, 2006
9. Государственная информационная политика как условие обеспечения политической стабильности. [Электронный ресурс]. Режим доступа - <https://elibrary.ru/item.asp?id=38570722>
10. Закон СССР от 12.06.1990 N 1552-1 «О печати и других средствах массовой информации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ESU&n=59#08458685941809381>.
11. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399.
12. Лаврова А.В. Особенности исследований формирования общественного мнения и влияния СМИ в современной информационно-коммуникативной среде [Электронный ресурс] // А-фактор: научные исследования и разработки (гуманитарные науки). – 2018. – № 3. – Режим доступа: <http://www.afactor.ru/archive/item/70-osobennosti-issledovaniy-formirovaniya-obshchestvennogomneniya-i-vliyaniya-smi-v-sovremennoj-informatsionno-kommunikativnoj-srede>.
13. Федеральный закон "О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации" от 01.12.1995 N 191-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8480

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/92120>