ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

Государственное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

«АЛТАЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Отделение Связей с общественностью

Кафедра связей с общественностью

**Реферат**

**по курсу «Теория и практика массовой информации»)**

**Государственная политика в области СМИ в Российской Федерации**

массовая информация политика государственный

Выполнила студентка

I курса 1203 группы

Е.О. Никитина

Научный руководитель,

кандидат филологических наук,

доцент

Е.В. Макарова

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Работа защищена

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2010 г.

Оценка \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Барнаул 2010

**СОДЕРЖАНИЕ**

Введение

1. СМИ в условиях их становления как инструмента демократии
* СМИ в период тоталитаризма
* СМИ в период максимальной свободы («перестройка»)
* СМИ в условиях демократии
1. Место и роль СМИ в политике
2. Проблемы, возникающие в процессе становления СМИ в России как инструмента демократии и пути их решения
3. Закон о СМИ 1991 года

Заключение

Список используемой литературы

**ВВЕДЕНИЕ**

Сегодня средства массовой информации (СМИ) достигли своего апогея, что их можно называть одним из важнейшим институтом современного глобального общества.В самом широком понятии под СМИ подразумевается телевизионная и киноразвлекательная индустрия, периодично издаваемые печатные материалы, «паблик рилейшнз» и реклама. Их отличительными чертами являются публичность; наличие специальных, технических приборов, аппаратуры; отсутствие постоянной целевой аудитории, так как она образуется от случая к случаю, в зависимости от проявленного внимания к тому или иному событию; однонаправленность взаимодействия от коммуникатора к реципиенту.

Несомненно, СМИ являются неотъемлемой, составной и ведущей частью политики. Политика в большей мере, чем другие виды общественной деятельности, нуждается в СМИ, СМК и масс-медиа. Роль СМИ в настоящее время настоль велика, что их стали называть «четвертой властью», наряду с исполнительной, законодательнойи судебной. СМИ информируют и просвещают общество, формируют общественное мнение, так же выражают позиции и точки зрения социума, отдельных групп и личностей. Не менее важным является то, что массовые коммуникации пропагандируют определенные учения, взгляды, идеологии, политические программы, участвуя при этом скрытно в социальном управлении. Воздействуя всеми этими способами ,СМИ приводит человека к определенным действиям и поступкам. Возможности и функции СМИ столь велики и разнообразны, что они не могут не привлекать внимание ученых, экспертов, политологов и журналистов. Поэтому рассмотрим, как государственная политика влияет на средства массовой коммуникации в Российской Федерации.

1. **СМИ В УСЛОВИЯХ ИХ СТАНОВЛЕНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТА** **ДЕМОКРАТИИ**
* **СМИ В ПЕРИОД ТОТАЛИТАРИЗМА**

В период тоталитаризма СМИ становились механизмом для поддержания существовавшего государственного строя. С одной стороны, СМИ перестали информировать население о происходящих событиях в том свете, в котором они происходили, перестали быть свободной трибуной. С другой стороны, СМИ – средство поддержания и пропагандирования тоталитарного режима. Все СМК контролировались партийно-государственными органами, целью которых было агитация строительства социалистического строя. Поэтому была жесткая цензура, пристальный отбор информации. На телевидение, радио, страницы печатных изданий не могли попасть материалы о жизни других стран, материалы, критиковавшие советскую власть, это расценивалось как антисоветская деятельность и влекло за собой уголовную ответственность.

Среди особенностей медиа как социального института советского общества следует отметить уровень высокого доверия к публикациям СМК. Считалось, что СМИ следуют нормам этики, а журналисты имеют высокую степень профессиональной подготовки. Это объяснялось тем, что СССР вел явную агитационную политику построения социализма, и формировал позитивное общественное мнение о деятельности государства в целом.

Стоит отметить, что СМК не могли находиться у частных владельцев, все принадлежало государству. Поэтому в СССР отсутствовало общественное телерадиовещание, исключалась возможность свободы слова, не было гласности.

По словам М.М. Назарова, «отдельно следует сказать об образовательном уровне советского населения. Он был достаточно высоким. Оценки СССР «как самой читающей страны в мире», видимо, не лишены были оснований. Не в последнюю очередь этому способствовали как система образования, так и мощные институты информационно-пропагандистского воздействия, включая прессу, телевидение, радио, кинематограф». (НазаровМ.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. — М.: «Аванти плюс», 2003. — С.152).

«Таким образом, можно сделать вывод, что до 1985 года в нашей стране господствовала идеологическая модель управления СМИ (модель административно-идеологического диктата), осуществляемого государством над СМИ (центральными и региональными).

Наиболее отличительными негативными чертами тоталитарного периода являются концентрация СМИ в руках государства, а также экономическая и административная зависимость региональных СМИ от местных властей. Положительной чертой периода стала мощная государственная поддержка СМИ. С другой стороны, чрезмерная государственная поддержка является, в то же самое время, средством тотального контроля и манипулирования СМИ. Безусловными положительными особенностями периода является высокий профессиональный уровень подготовки журналистов и выше среднего уровень доверия общества к СМИ. Общественное телевидение в этот период не функционирует; фактически оно подменяется государственным». (Аналитический отчет о результатах исследования "Становление СМИ в России как инструмента демократии: политика государства и частных предприятий. – М., 2002.)

* **СМИ В ПЕРИОД МАКСИМАЛЬНОЙ СВОБОДЫ**

С приходом к власти демократических сил в стране формируется рыночная модель управления СМИ, то есть СМИ концентрируются в руках бизнес структур и государственных владений становится меньше. Из этого следует, что сокращается государственная поддержка СМИ и уменьшается влияние местных властей на региональные СМК. Это способствовало тому, что начинается активный раздел финансовых, производственных и информационных структур между частными лицами. Возникает борьба за владение, влияние и контроль над СМИ.

Положительная тенденция – это появление общественного телерадиовещания, была провозглашена гласность и ослаблена цензура, общество получило доступ к информации о действительном положении вещей в мире, стране, теперь на обозрение выносилось то, как живут люди на Западе, и это не считалось антисоветской деятельностью, постепенно зарождалось демократическое движение. И не смотря на это, уровень доверия общества к СМИ не упал. Но негативной тенденцией является то, что упало качество профессиональной подготовки журналистов и ослабление этического регулирования деятельности СМИ.

Впервые «в 1990 году Верховным Советом СССР (а в 1991 году ВС РСФСР) был принят закон о печати и других средствах массовой информации. Права на учреждение СМИ получали теперь граждане (или их объединения), предприятия, учреждения, организации или государственные органы. Цензура была запрещена. Учредитель утверждал состав редакции, заключал с ней договор. Редакция, т.е. журналистский коллектив, также наделялась правами учредителя, она также могла выступать в качестве собственника редакционного имущества». (Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. — М.: «Аванти плюс», 2003. — С. 156-157).

«Таким образом, рассматривая период максимальной свободы российских СМИ на пути их становления как инструмента демократии, можно сделать следующий вывод: данный период характеризуется значительными переменами на рынке российских СМИ практически по всем параметрам». (Аналитический отчет о результатах исследования "Становление СМИ в России как инструмента демократии: политика государства и частных предприятий. – М., 2002.) Действительно, для СМИ это был новый шаг в становлении демократии.

* **СМИ В УСЛОВИЯХ ДЕМОКРАТИИ**

В период демократии СМИ являются «неотъемлемой составной частью механизма функционирования демократии, а также ее ценностных оснований, демократического идеала. Наличие развитых, демократически организованных СМИ, объективно освещающих политические события, - одна из важнейших гарантий стабильности демократического государства, эффективности управления обществом», по словам В.П. Пугачева (Пугачев В.П. Введение в политологию: Учебник для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2006. – С.335-336).

В демократическом государстве люди имеют право знать все, что происходит в стране и мире в целом. Как говорится, без гласности нет демократии, без демократии нет гласности. Суть СМИ состоит в том, что это арбитр, власть, которая не видима, она скрытно влияет на общество и его представления. СМИ не может привлечь к ответственности, приказывать или обязывать, потому что для этого не имеют социальных органов. Но СМК полностью формирует общественное мнение, они передают и отражают все события в той мере, в которой они происходят.

По данным Международного пресс-клубаможно отметить следующие характерные особенности российских СМИ периода демократии: наиболее ярко проявляется экономическая и административная зависимость региональных СМИ от местных властей, концентрация СМИ в руках бизнес структур и концентрация СМИ в руках государственных структур. Таким образом, характерной особенностью рынка российских СМИ на данном этапе является практически равная сосредоточенность финансовых, производственных, информационных ресурсов в руках бизнес структур и государства. Система взаимодействия "третьего сектора" (некоммерческих организаций) со СМИ остается на слабом уровне развития.Что касается доверия общества к СМИ, то оно упало по сравнению с периодом тоталитаризма и периодом максимальной свободы СМИ. Уменьшился показатель наличия общественного телерадиовещания, отражающего публичный интерес.(Аналитический отчет о результатах исследования "Становление СМИ в России как инструмента демократии: политика государства и частных предприятий. – М., 2002.)

Так, Россия сейчас является правовым и гражданским обществом, из этого следует, что оно постоянно нуждается в достоверной информации. Поэтому можно проследить, что «в полной мере проявляются такие свойства СМИ как массовость, тиражируемость, периодичность, использование постоянно пополняемых информационных ресурсов, выполнение СМИ функций первичных источников информации, применение современных информационных технологий и средств телекоммуникаций. Эти особенности делают СМИ важнейшим социальным институтом и необходимым объектом государственной информационной политики. Современные СМИ не только оперативно отражают мировые события, но в значительной степени занимаются анализом информации, ее предварительной фильтрацией и целенаправленным отбором. Благодаря этому СМИ являются мощным средством воздействия на сознание людей». (Концепция государственной информационной политики Российской Федерации. 21 декабря 1998).

1. **МЕСТО И РОЛЬ СМИ В ПОЛИТИКИ**

На мой взгляд, в настоящее время СМИ действительно являются «четвертой властью», потому что они с легкостью «ворвались» в нашу жизнь, хотя были периоды, когда была жестокая цензура, СМК руководили свыше и они не имели своей власти, но сейчас они прямо и косвенно воздействуют на политическое сознание и поведение граждан. Некоторые ученые массовых коммуникаций приходят к мнению, что вскоре будет эпоха «медиократии», то есть власть СМИ, СМК и масс-медиа, которые будут отражать и интерпретировать действительность, конструируя ее по своим правилам и усмотрениям.

Таким образом, роль СМИ велика в обществе и в политике, в частности. Они являются важным элементом формирующегося демократического правового государства.

1. **ПРОБЛЕМЫ, ВОЗНИКАЮЩИЕ В ПРОЦЕССЕ СТАНОВЛЕНИЯ СМИ В РОССИИ КАК ИНСТРУМЕНТА ДЕМОКРАТИИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ**

В процессе становления СМИ как инструмента демократии возникают проблемы. По мнению Международного пресс-клуба, самыми актуальными из них являются:

* Чрезмерная влияние государства на СМИ. В частности, региональные и местные власти «закабаляют» СМК.
* Отсутствие общественного телерадиовещания, который должен отражать публичный интерес.
* Низкий уровень профессиональной подготовленности журналистов к работе.
* Утрата доверия к СМИ по причине недостоверности излагаемой информации.
* Неэффективная государственная поддержка СМИ, из чего следует сосредоточение СМИ в руках бизнес-структур.

В связи с возникновением проблем, были выработаны пути их решения:

* По проблеме сильного влияния государства на СМИ решено осуществить комплекс мер по созданию общественных советов по СМИ на местах для обеспечения независимости региональных СМИ и контроля целевого использования общественных средств.
* Так как в России отсутствует общественное телерадиовещание необходимо осуществить комплекс мер, направленных на создание Корпорации общественного вещания - федерального органа для распределения государственных субсидий телерадиокомпаниям на первоначальном этапе их функционирования в качестве общественных СМИ и преобразовать один из государственных телеканалов (РТР или ОРТ), одну из федеральных государственных радиостанций ("Радио России" или "Маяк") и региональные государственные телерадиокомпании (ГТРК) в общественные.
* Чтобы повысить качество профессиональной подготовки, необходимо финансировать систему подготовки, стажировки журналистов, в том числе и за рубежом; повысить уровень преподавания на факультетах журналистики; повысить уровень оплаты журналистов за счет грантов на подготовку актуальных для общественности материалов; создать федеральную систему (кустовые системы), предусматривающие переподготовку журналистов по актуальным проблемам.
* Для повышения доверия аудитории к СМИ необходимо осуществить комплекс мер, направленных на формирование этических норм регулирования достоверности информации в СМИ; осуществить комплекс мер, направленных на выработку законодательных норм регулирования достоверности информации в СМИ; осуществить комплекс мер, направленных на возобновление действия Судебной палаты по информационной спорам;осуществить комплекс мер по разработке правил ежегодной аттестации для работников СМИ на соответствие установленному уровню профессионализма.
* Вариантом решения проблемы сосредоточения СМИ в руках бизнес-структур могут послужить поправки к антимонопольному законодательству, направленные на ограничение концентрации СМИ бизнес структурами.

(Аналитический отчет о результатах исследования "Становление СМИ в России как инструмента демократии: политика государства и частных предприятий. – М., 2002.)

По моему мнению, вполне объяснимо появление данных проблем на пути становления СМИ как инструмента демократии, потому что изменилась вся структура, специфика, система СМИ. И для того, чтобы решить эти проблемы, необходимо выработать пошаговую концепцию, которая должна будет решить и реформировать все вышеперечисленные проблемы.

1. **ЗАКОН О СМИ 1991 ГОДА**

В 1991 году ВС РСФСР был принят закон о печати и других средствах массовой информации. Он содержал в себе такие положения, что стал представлять собой версию идеальных взаимоотношений государства и СМИ. Законом были провозглашены следующие положения: свобода массовой информации (свободный поиск, получение, производство и распространение СМИ – (ст.1 Закона[5]), свободное учреждение СМИ, владение, пользование и распоряжение ими и т.д.), недопустимость цензуры (ст.3), провозглашены права на получение информации и достаточно широкие права журналиста. В то же время статьей 4 Закона о СМИ определяется зона национального интереса в формировании общественного сознания: недопустимость использования СМИ в целях совершения уголовно наказуемых деяний, для разглашения государственной тайны, для призыва к захвату власти, насильственному изменению конституционного строя и целостности государства, разжигания национальной, классовой, социальной, религиозной нетерпимости или розни, для пропаганды войны. ( Закон «О средствах массовой информации» от 27.12.1991. № 2124-1).

Со временем этот закон претерпевал изменения, но и сейчас нет сомнений, что он нуждается в существенной корректировке, потому что он не отражает всех реалий в сфере массовой информации. На данном этапе, в условиях демократии необходим новый Закон, который будет отражать современные процессы в СМИ и существующее информационное законодательство.

По словам Антона Серго, «массовая информация в последнее время развивалась количественно и качественно столь стремительно, что закон 1991 года охватывает лишь часть отношений в сфере СМИ, оставляя другую совершенно неурегулированной. В условиях откровенного использования средств массовой информации с противозаконными целями, просто кощунственно оставлять вопрос регулирования деятельности СМИ на произвол судьбы. Речь не идет о возрождении цензуры, но должна быть внятная государственная политика в сфере массовой информации, единые “правила игры” для всех добросовестных участников. И правила эти должны устанавливаться федеральным законом, а не оставляться на волю случая или частных интересов». (Антон Серго, www.internet-law.ru©, 1998-2010).

На мой взгляд, безусловно, необходимо корректировать Закон о СМИ. Этим вопросом стоит заняться серьезно. Нужно найти стратегию, важно выбрать правильные приоритеты и глубину законодательного регулирования. Однозначно, что количество, качество и роль в политической, общественной и духовной областях СМИ будет и дальше стремительно возрастать. Поэтому необходимо издать новый Закон о СМИ.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Рассмотрев данную тему, можно сказать, что становление демократии в России дало толчок к большим переменам и мощный подъем в развитии СМИ. На сегодняшний день СМИ играют важнейшую роль в жизни общества, и, по моему мнению, вполне заслуженно их называют «четвертой властью».

Но необходимо урегулировать работу СМИ. «Разработка и постоянное совершенствование законодательства, правовых и организационных механизмов позволит эффективно регулировать взаимоотношения всех субъектов политической жизни в реализации их информационных прав и обязанностей, создать систему независимого и гласного контроля за деятельностью государственных средств массовой информации, институтов, центров и служб изучения общественного мнения, а также специальных служб по связи с населением». (Концепция государственной информационной политики Российской Федерации. 21 декабря 1998 г.).

**СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Закон «О средствах массовой информации» от 27.12.1991. № 2124-1.
2. Концепция государственной информационной политики Российской Федерации. 21 декабря 1998 г.
3. Международный пресс-клуб. Аналитический отчет о результатах исследования "Становление СМИ в России как инструмента демократии: политика государства и частных предприятий. – М., 2002.
4. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. — М.: «Аванти плюс», 2003. — с.228).
5. Пугачев В.П. Введение в политологию: Учебник для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2006. – с. 476.
6. Антон Серго, www.internet-law.ru©, 1998-2010.