СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ СМИ НА ГОСУДАРСТВЕННУЮ ПОЛИТИКУ И УПРАВЛЕНИЕ МЕСТНЫМ СООБЩЕСТВОМ

Зайцева Е. М.

заведующая лабораторией социологических исследований, ассистент института экономики и управления ФГБОУ ВПО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова», 455000, Россия, г. Магнитогорск, пр. Ленина, д. 38, zem.86@list.ru.

УДК 316.774:654.1
ББК 60.524.224.5

Цель. Рассмотреть сущность влияния средств массовой информации на реализацию государственной политики, а также основные препятствия на пути к реализации данного влияния посредством предоставления населению достоверной, актуальной информации.

Методы. В ходе исследования была рассмотрена позиция авторов книги Всемирного банка «Право говорить – роль СМИ в экономическом развитии» (“The right to tell – the role of mass media in economic development”) относительно содержательных особенностей влияния СМИ на государственное управление. Другим частным методом исследования, используемым в данной работе, является анализ вторичных социологических данных, посвященных проблеме влияния СМИ на массовое сознание.

Результаты. Были рассмотрены основные аспекты влияния СМИ на результаты функционирования политического социального института. В статье ставится проблема экономической и политической независимости российских СМИ от органов государственной власти и органов местного самоуправления как одного из факторов эффективного участия СМИ в реализации государственного и муниципального управления.

Научная новизна. В статье отмечается негативное влияние характера предоставляемой СМИ информации (прежде всего, развлекательной) на способность населения устанавливать контроль над реализацией государственной политики. Автором отрицается прямая взаимосвязь экономической и политической независимости российских СМИ, а также ставится вопрос о недостаточности политической независимости для трансляции качественной и достоверной информации.

Ключевые слова: СМИ, государственная политика, муниципальное управление, экономическая независимость, политическая независимость, контроль за реализацией государственной политики.

THE FEATURES OF MEDIA INFLUENCE ON STATE POLICY AND LOCAL GOVERNMENT

Zaitceva E. M.

the head of the laboratory of sociological researches, assistant of Economics and Management Institute of Nosov Magnitogorsk State Technical University, 38 Lenin str., Magnitogorsk, Russia, 455000, zem.86@list.ru.

© Зайцева Е. М., 2016

Зайцева Е. М.

Purpose. To find the essence of effective influence media on state policy and main problems of influence media on state policy and local government.

Study methods. The view of author "The right to tell – the role of mass media in economic development" were reviewed in the article. There is the view about the essence of effective influence media on state policy in the scientific work. The results of sociological researches on the problem influence media on public opinion were reviewed.

Results. The features of influence media on results of political social structure were reviewed. The problem of economic and political independence Russian media from state authority and local government has been defined in this article. The economic and political independences are the factor of effective participation in public policy.

Scientific innovation. The negative influence of information provided by media (first of all entertainment) on ability of people to establish control over public policy has been reviewed in the article. The author do not review the interrelation between economic and political independences of Russian media. The theme of inadequate political independence for translation qualitative and authentic information has been reviewed.

Key words: media, public policy, municipal government, economic independence, political independence, the control over realization of public policy.

Цель данной работы заключалась в рассмотрении сущности влияния средств массовой информации на реализацию государственной политики, а также основные препятствия на пути к реализации данного влияния посредством предоставления населению достоверной, актуальной информации.

В ходе исследования была рассмотрена позиция авторов книги Всемирного банка «Право говорить – роль СМИ в экономическом развитии» ("The right to tell – the role of mass media in economic development") относительно содержательных особенностей влияния СМИ на государственное управление. Другим частным методом исследования, используемым в данной работе, является анализ вторичных социологических данных, посвященных проблеме влияния СМИ на массовое сознание. При подготовке работы также анализировались статистические данные, отражающие специфику конфликтных отношений в цепочке «власть – СМИ».

Освещение событий в СМИ влияет на результаты политической и экономической деятельности, государственную политику и формирование политического курса.

При оценке значения СМИ в процессе развития общества необходимо учитывать, что СМИ оказывают косвенное влияние на функционирование и развитие любых социальных институтов, как, например, экономики, политики, института семьи и брака и т.д. Данное влияние осуществляется посредством передачи информации численно большим, рассредоточенным в пространстве группам людей. Таким образом, влияние СМИ на развитие городов, регионов, так и страны в целом, осуществляется посредством воздействия на массовое сознание.

При институционализации массово-коммуникативной деятельности воздействие на массовое сознание становится воздействием на общественное сознание [1, с. 87].

В книге Всемирного банка «Право говорить – роль СМИ в экономическом развитии» ("The right to tell – the role of mass media in economic development"), выпущенной в 2002 г., идет речь не о прямом воздействии СМИ на национальную экономику, а об их косвенном влиянии, посредством информационного воздействия [2, с. 350].

Рассматривая способности СМИ влиять на результаты функционирования политического социального института, необходимо отметить следующие аспекты влияния.

- Информирование избирателей о взглядах политиков и лидеров и последствиях их действий [3, С. 15].
- Информирование граждан о результатах государственной политики [3, С. 15].
- Определение тематики новостей или занятие определенной позиции по политическим, социальным или экономическим вопросам, влияя на поведение и взгляды, а в конечном итоге, на голоса потребителей медийных продуктов [3, С. 15].

Эффективное влияние СМИ на реализацию государственной политики выражается в предоставлении возможности населению осуществлять контроль над реализацией государственной власти, который не обязательно может выражаться в активных действиях общественности.

Для успешной реализации указанной выше возможности необходимо решение ряда важнейших задач, одной из которых является предоставление средствами массовой информации достоверной информации, актуальной для принятия политических решений, важных для избирателей и широкой общественности.

По мнению Д. Стремберга, научного сотрудника института международных экономических исследований Стокгольмского университета, более информированные избиратели получают политические преимущества, поскольку имеют возможность привлекать политиков к ответственности. Информированные избиратели знают, кому воздать должное за финансовую помощь, и переизбирают лишь тех, кто оказывает им соответствующую поддержку. Политики удовлетворяют требования избирателей, рассчитывая на переизбрание [3, с. 16–17].

В структуре распределения информации помимо новостного потока представлена развлекательная информация. Следует отметить, что специфика развлекательной информации, передаваемой СМИ, является, на наш взгляд, еще одним фактором, влияющим на способность общественности оказывать контроль над реализацией государственной политики. Цель развлекательного информационного воздействия на массовое сознание заключается, прежде всего, в получении выгоды коммерческого характера. Результатом такого воздействия зачастую становится формирование у потребителей информации отсутствия потребности «что-либо делать», развиваться в каком-либо направлении деятельности, что приводит к формированию пассивных членов общества, не желающих осуществлять активное действие в направлении различных социальных практик, сложившихся в рамках базовых социальных институтов экономики, политики, семьи, образования и т.д., а зачастую действующих вопреки этим практикам [4, с. 48].

По мнению редактора книги «Право говорить – роль СМИ в экономическом развитии» Румин Ислам, условием эффективного влияния СМИ на реализацию государственной политики является свобода СМИ от экономической зависимости, которая ведет к искажению информации [2].

Общеопределяющим мнением, отражающим взаимосвязь экономической и политической независимости СМИ, является утверждение, что без денег «со стороны», особенно в провинции, политической независимости быть не может, однако такие деньги – тоже являются зависимостью. Независимость – это низкие зарплаты и дешевая бумага. Но иногда журналист получает хорошее жалованье за то, что искренне разделяет мысли своего хозяина. Считается, что в большей или меньшей степени всем приходится сегодня «продаваться». Однако есть и уверенность – сегодня есть возможность высказать публично всякую разумную идею. Выделяется одно экспертное мнение: при всех обстоятельствах кошелек хозяина и другие внешние факторы вторичны – главное, определяющее, лежит во внутреннем состоянии свободы журналиста. Это возвращает нас к проблеме морали и воспитания нравственной позиции [5].

Р. С. Гринберг, научный руководитель института экономики РАН, обращает внимание на проблему зависимости СМИ от государства, тревожную тенденцию ухудшения ситуации со свободой слова в большинстве стран. Одним из распространенных и наиболее дискуссионных – и не только для современной России – вариантов существования «зависимых» изданий является зависимость некоторых СМИ, частичная или полная, от государства. Если судить по ведущейся ныне в России дискуссии, эта разновидность зависимости прессы вызывает у журналистов и различных представителей общественности значительно больше озабоченности и опасений, в том числе и за состояние демократического общества, чем все иные виды зависимости прессы [5].

Р. С. Гринберг указывает на то, что одна из проблем, свойственных российскому обществу, заключается в невозможности установления прямой связи между экономической и политической независимостью СМИ [5].

Та малая доля СМИ, которые самоокупаются и в то же время выполняют главную цель своей деятельности – информировать честно, беспристрастно, объективно и защищать права и свободы граждан, испытывает «удушающее» воздействие со стороны и политических сил, и бизнес-структур. Независимый мониторинг не радует итогами: в 2011 г. зафиксировано 1636 конфликтов, затрагивающих российские СМИ. Это почти в два раза больше, чем в 2010 г. (1003). Общественники насчитали 81 нападение на представителей СМИ (для сравнения − 58 в 2010 г.). Выросло число выявленных попыток цензуры − до 52 по сравнению с 45 в 2010 г. Кроме того, в 2011 г. зафиксировано 132 эпизода задержания журналистов сотрудниками правоохранительных органов (в 2010 г. − 90, в 2009 году − 62) [6].

По мнению Р. С. Гринберга, полная независимость СМИ представляется в принципе недостижимой целью для любой страны. Для сохранения независимости СМИ на высоком уровне необходимы постоянные усилия в этом направлении, при обязательном конструктивном участии государства и общества. Сегодня наибольшее препятствие обеспечению высокой степени независимость прессы в России – огромное имущественное расслоение, неравенство доходов и другие экономические факторы. Другие факторы, оказывающие влияние на этот процесс, связаны с повышением роли моральных факторов в журналистике, увеличением открытости властей, укреплением судов и всей системы законности [5].

Если теоретически исходить из того, что экономическая независимость СМИ выступает в качестве необходимого условия их политической независимости, тогда можно сделать вывод о проблеме отсутствия какой-либо степени независимости российских муниципальных СМИ от органов местного самоуправления.

Основная проблема заключается в том, что бюджет многих муниципальных средств массовой информации формируется большей частью за счет размещения на конкурсной основе информационных сообщений о деятельности органов местного самоуправления, то есть фактически за счет средств бюджета органов местного самоуправления, что сказывается на объективности информации и ограничивает независимость средств массовой информации. Даже если органы местного самоуправления не являются учредителями ни одного средства массовой информации (хотя согласно п.7. ч.1. ст. 17 Федерального закона №131-ФЗ муниципальные образования обладают полномочиями по утверждению печатного средства массовой информации для опубликования муниципальных правовых актов, обсуждения проектов муниципальных правовых актов по вопросам местного значения, доведения до сведения жителей муниципального образования официальной информации о социально-экономическом и культурном развитии муниципального образования, о развитии его общественной инфраструктуры и иной официальной информации), это не решает проблему политической независимости муниципальных СМИ [7].

Эффективная система развития местных СМИ в направлении влияния на управление местным сообществом зависит от нескольких факторов, прежде всего, к которым относятся: информационная открытость власти, уровень свободы производства информации, уровень свободы распространения информации. Решив вопрос с экономической независимостью СМИ от органов местного самоуправления, можно сделать вывод о том, что в условиях современной российской действительности местные СМИ выполняют условия двух последних факторов – получают определенную степень свободы производства и распространения информации. Однако на качество и объективность производства и распространения информации определяющее значение имеет степень информационной открытости органов местного самоуправления, которую, согласно результатам многочисленных социологических опросов, проведенных в разных регионах России, можно охарактеризовать как низкую. Отсутствие или неполнота достоверной информации, невозможность объективного освещения проблемы, с одной стороны, и, с другой стороны, желание завоевать внимание целевой аудитории и предоставить острые материалы, которые чаще всего негативно описывают местную власть, приводит к размещению некачественных, поверхностных материалов, не имеющих политического подтверждения.

Таким образом, проведенный анализ позволяет, на наш взгляд, выделить следующие сущностные особенности, характеризующие процесс влияния средств массовой информации на государственное управление и управление местным сообществом.

К аспектам влияния СМИ на функционирование политического института относятся информирование населения о результатах реализации государственной политики, о взглядах политиков и результатах их деятельности, а также формирование повестки дня и занятие определенной позиции по актуальным вопросам.

Основным препятствием на пути реализации влияния российских СМИ на реализацию государственной политики и управление местным сообществом является проблема их экономической и политической независимости. При этом следует отметить, что наличие экономической независимости российских СМИ не всегда обеспечивает им свободу политическую.

Литература:

1. *Тюплина И. А., Зайцева Е. М.* Критерии эффективности социорекламной коммуникации как способа управления общественным мнением // Вестник ВЭГУ. – Уфа, 2012. – №4 (60). – С. 84 – 89.
2. Право на свободу слова. Роль СМИ в экономическом развитии / пер. с англ. публикации Всемирного банка, 2005, 350 с.
3. Информация и общественное мнение. От репортажа в СМИ к реальным переменам /под ред. Румин Ислам. Пер. с англ. публикации Всемирного банка, 2010, 293 с.
4. *Зайцева Е. М.* Влияние СМК на сознание молодежи как фактор социально-экономического развития общества (на примере г. Магнитогорска) // Инновационный вестник Регион. – Воронеж, 2015. – №4 (42). – С. 48 – 51.
5. *Гринберг Р. С., Дейкин А. И.* Проблемы независимости СМИ в России: экономический и политический аспекты [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http://www.r-reforms.ru/indexpub224.htm (дата обращения: 13.01.2016).

References:

1. *Tjuplina I. A., Zajceva E. M.* Kriterii jeffektivnosti socio-reklamnoj kommunikacii kak sposoba upravlenija obshhestvennym mneniem // Vestnik VJeGU. – Ufa, 2012. – №4 (60). – S. 84 – 89.
2. Pravo na svobodu slova. Rol’ SMI v jekonomicheskom razvitii / per. s angl. publikacii Vsemirnogo banka, 2005, 350 s.
3. Informacija i obshhestvennoe mnenie. Ot reportazha v SMI k real’nym peremenam /pod red. Rumin Islam. Per. s angl. publikacii Vsemirnogo banka, 2010, 293 s.
4. *Zajceva E. M.* Vlijanie SMK na soznanie molodezhi kak faktor social’no-jekonomicheskogo razvitija obshhestva (na primere g. Magnitogorska) // Innovacionnyj vestnik Region. – Voronezh, 2015. – №4 (42). – S. 48 – 51.
5. *Grinberg R. S., Dejkin A. I.* Problemy nezavisimosti SMI v Rossii: jekonomicheskij i politicheskij aspekty [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: URL: http://www.r-reforms.ru/indexpub224.htm (data obrashhenija: 13.01.2016).

Литература:

6. *Пименова Ю.* Проблемы взаимодействия СМИ и государства в России [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/50703/1/%D0%9F%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0.pdf (дата обращения 16.01.2016).
7. *Ковальчук С. А.* Правовые аспекты взаимодействия средств массовой информации и органов власти пермского края // Вестник ПНИПУ. Культура. История. Философия. Право. – 2015. – № 1. – С. 55 – 58.
8. *Пономарев Н. Ф.* Информационная политика органа власти: пропаганда, антипропаганда, контрпропаганда [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http://www.evartist.narod.ru/text28/0008.htm (дата обращения 14.04.2016).
9. Е. А. Марков. Взаимодействие органов власти и СМИ (опыт Вологодской области) [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http://www.civisbook.ru/files/File/Markov_vz.pdf (дата обращения 14.04.2016).
10. Г. Г. Щепилова. Взаимодействие СМИ и властных структур в российских регионах [Электронный ресурс] // Медиаскоп электронный журнал. Режим доступа: URL: http://www.mediascope.ru/?q=node/1663 (дата обращения 14.04.2016).

References:

6. *Pimenova Ju.* Problemy vzaimodejstvija SMI i gosudarstva v Rossii [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: URL: http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/50703/1/%D0%9F%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0.pdf (data obrashhenija 16.01.2016).
7. *Koval'chuk S. A.* Pravovye aspekty vzaimodejstvija sredstv massovoj informacii i organov vlasti permskogo kraja // Vestnik PNIPU. Kul'tura. Istorija. Filosofija. Pravo. – 2015. – № 1. – S. 55 – 58.
8. *Ponomarev N. F.* Informacionnaja politika organa vlasti: propaganda, antipropaganda, kontrpropaganda [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: URL: http://www.evartist.narod.ru/text28/0008.htm (data obrashhenija 14.04.2016).
9. E. A. Markov. Vzaimodejstvie organov vlasti i SMI (opyt Vologodskoj oblasti) [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: URL: http://www.civisbook.ru/files/File/Markov_vz.pdf (data obrashhenija 14.04.2016).
10. G. G. Shhepilova. Vzaimodejstvie SMI i vlastnyh struktur v rossijskih regionah [Jelektronnyj resurs] // Mediaskop jelektronnyj zhurnal. Rezhim dostupa: URL: http://www.mediascope.ru/?q=node/1663 (data obrashhenija 14.04.2016).