

ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СМИ И ГОСУДАРСТВА В РОССИИ

СМИ, включаясь во взаимодействие с властными структурами, преследуют цель удовлетворения информационных потребностей как отдельной личности, так и общества в целом, публичного 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, взаимодействие СМИ и власти носит достаточно противоречивый характер в силу различной направленности их деятельности и наличия у них особых интересов [5, с. 167].

Исторически человечество знакомо с тремя формами взаимоотношений СМИ и государства: государство владеет СМИ и полностью определяет их политику; государство не владеет СМИ, но влияет на их политику; СМИ отражает плюрализм социальных и экономических отношений [9, с. 20].

Сегодняшняя модель взаимодействия российской федеральной власти и СМИ, когда основные центральные информационные каналы подконтрольны государству, характеризуется тем, что большинство существующих медиа с видимым энтузиазмом работают в рамках данной схемы.

Иную картину представляет собой региональный уровень. В регионах идет процесс движения от авторитарной к коммерческой медиа-модели: авторитарный вариант советской модели, патерналистский вариант, модернизированный вариант, модель, переходная к рыночной, рыночная, конфронтационная, депрессивная модели.

В итоге, более 58 % населения РФ сегодня живет в условиях рыночной или переходной к рыночной медиамодели, почти 25 % – в различных вариантах советской модели, 15,5 % – в условиях конфронтации, 1,6 % – в условиях совершенной неразвитости системы региональных СМИ [10, с. 11].

Теперь автор акцентирует внимание на ряде проблем:

1. Независимые СМИ – это важнейший институт гражданского общества, коммуникатор и выразитель интересов и потребностей людей, по сути, это оппозиция правящей власти, ее аудит. Основная коллизия при этом состоит в том, что будучи институтом гражданского общества, в силу сложившейся в обществе системе по-

литических и экономических отношений, они реально эту роль не выполняют, а выступают нередко в роли представителя интересов власти или бизнеса, при том, что интересы власти и граждан, бизнеса и граждан не обязательно противостоят друг другу. Но и не всегда совпадают.

Так, учредителями большинства региональных и до 80 % муниципальных газет выступают органы муниципальной и региональной власти, что отражается на редакционной политике этих изданий и на их экономической независимости, поскольку, так или иначе, все они субсидируются из средств региональных и местных бюджетов [8, с. 8]. Складывается тенденция огосударствления сферы массовой информации, а также укрепления в ней позиций крупного государственно-ориентированного бизнеса [3, с. 32–35]. Так, теряя автономность, пресса превращается в информационного лоббиста. Такое положение позволяет говорить о том, что российские СМИ в качестве института гражданского общества находятся пока в начальной стадии своего становления.

Почему же СМИ оказываются в положении «карманного» инструмента политической власти или бизнес-структур? Ответ прост: потому что СМИ не имеют экономической самостоятельности. Экономическая кабала порождает кабалу политическую со всеми вытекающими отсюда последствиями.

Отсутствие законодательства, регулирующего распределение бюджетных средств, выделяемых на финансирование СМИ, приводит к тому, что деньги получают в первую очередь «свои», лояльные к власти масс-медиа, которые так или иначе их «отрабатывают».

СМИ же как независимый институт гражданского общества может быть таковым только в том случае, если в обществе сложились другие институты гражданского общества, на поддержку которых СМИ в случае необходимости могут опереться; если, наконец, в обществе сложились многочисленные, экономически независимые от государства группы граждан, знающие свои права и умеющие их защищать, объединяясь с себе подобными и не связывающие все свои надежды с государством.

2. Та малая доля СМИ, которые самокупаются 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 радуется 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) [8, с. 8].

Одновременно необходимо отметить, что полноценных уголовных дел по ст. 144 УК РФ по-прежнему не зарегистрировано, хотя ответственность за воспрепятствование законной профессиональной деятельности журналистов в 2011 г. была формально ужесточена [6, с. 56–60]. Проблема состоит в неполноценности уголовно-правовой нормы: 1) по сравнению с Законом «О Средствах массовой информации» в Уголовном кодексе [11] из всех форм воспрепятствования профессиональной деятельности журналиста непосредственно указывается только одна (принуждение к распространению информации или отказу от распространения информации); 2) бланкетная диспозиция данной нормы затрудняет буквальное толкование данной нормы, в результате чего возникают трудности в уяснении ее содержания, не понятно, какие именно действия должно совершить лицо, чтобы их можно было квалифицировать по данной статье; 3) нарушителями данной нормы чаще всего выступают руководители властных структур, политики, которые вмешиваются в деятельность журналистов и редакции, отдавая устные распоряжения и используя так называемое телефонное право, что повышает уровень латентности указанных преступлений [1, с. 36–38]. В связи с этим в правоприменительной практике соответствующие дела почти не встречаются [7, с. 12–16].

Если же данные проблемы имеют масштаб общероссийский, то можно выделить блок вопросов, с которыми сталкиваются регионы.

Во-первых, наблюдается переизбыток информационных ресурсов на одних территориях и их недостаток или полное отсутствие на других. Следствием этого становятся, соответственно, либо ожесточение конкуренции (подчас недобросовестной) между различными информационными ресурсами (прежде всего, СМИ) за влияние, либо слабая скоординированность текущей деятельности центральных и местных органов власти, неразвитость механизмов целеполагания, а также недостаточная информированность населения, отсутствие у него актуальной информации о социально значимых проблемах своей страны, региона, района и т.п. Это, в свою очередь, вносит элементы хаоса в систему государственного управления, а также создает большие возможности для манипулирования общественным сознанием в корыстных целях.

Во-вторых, довольно частым явлением становится наполнение региональных информационных пространств информационными потоками из Центра. Это приводит к парадоксальному сочетанию в массовом сознании местных жителей, с одной стороны, симптомов политической апатии, безразличия к политическим процессам, происходящим в своем городе, районе и т. п., а с другой стороны, мотивов сравнения с Москвой – прежде всего в аспекте уровня жизни. По-прежнему непростое социально-экономическое положение населения большей части регионов России в соединении с болезненным восприятием очевидных преимуществ, существующих «за кольцевой автодорогой», может стать причиной осложнения процесса идейно-политической самоидентификации основной массы российских граждан [2, с. 18–19].

Выход из сложившейся ситуации видится в следующем:

1. Внесение изменений и дополнений в закон «О средствах массовой информации»:

а) принципиальное значение имеет четкое разделение средств массовой информации на государственные, муниципальные и частные. Поэтому следует установить, что государственные СМИ могут создаваться только государственными органами, муниципальные – только органами местного самоуправления, частные – только гражданами или юридическими лицами без государственного участия. Естественно, и имущественная база у этих СМИ должна быть различной;

б) оздоровление экономики СМИ возможно путем введения новой главы «Экономическая поддержка средств массовой информации», включающей нормы финансового послабления в отношении СМИ. Чтобы выравнять возможности разных категорий СМИ предлагается сократить предельную долю рекламы для государственных газет, журналов и телерадиокомпаний. Одновременно вводится институт независимого аудита СМИ, позволяющий сделать прозрачным и обоснованным механизм «дележа рекламного пирога» [4].

2. Внесение изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации: а) признатьотячающим обстоятельством преступление, связанное с профессиональной журналистской деятельностью; б) декриминализировать уголовную ответственность в отношении СМИ за клевету (ст. 128.1 УК РФ) [11].

3. Внесение изменений в действующее законодательство Российской Федерации в целях повышения уровня защищенности лиц от диффамационных деликтов: а) дать определение понятия «диффамация» на законодательном уровне. Автор считает возможным

определить диффамацию как всякое действие, направленное на причинение вреда внешней чести (уважению третьими лицами), личной и семейной тайне, деловой репутации, имени или образу конкретного лица; б) при диффамационном деликте компенсации подлежит не только моральный вред, но и вред, причиненный внешней стороне чести – уважению.

4. Постепенное разгосударствление средств массовой информации. Целесообразно передать функции распределения грантов СМИ от государственных структур независимым экспертам. В качестве экономической гарантии независимости средств массовой информации следует создать Общественный фонд финансирования деятельности местных СМИ, не зависящий от политической конъюнктуры.

Сегодня, когда особую значимость приобретают проблемы эффективности государственной власти, совершенствования государственно-правовых институтов, гармоничного соотношения гражданского общества и государства, права и нравственности, законности и справедливости, средства массовой информации должны выступить мощным катализатором процессов демократического гуманистического развития России.

Литература

1. Арефьева, Л.В. Прецеденты ограничения конституционных свобод в СМИ / Л.В. Арефьев, Г.А. Магомедов // Конституционное и муниципальное право. – М, 2011. – № 4.
2. Гриб, В.В. Взаимодействие органов государственной власти и институтов гражданского общества в Российской Федерации: Автореф. дис. докт. юрид. наук / В.В. Гриб. – М, 2011.
3. Гриб, В.В. СМИ как институт гражданского общества / В.В. Гриб // Информационное право, 2010. – № 1.
4. Гринберг, Р.С., Дейкин, А.И. Проблемы независимости СМИ в России: экономический и политический аспекты/ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.r-reforms.ru/indexpub224.htm.
5. Динамика политического мышления в современном дискурсивном пространстве: власть и СМИ / Под ред. О.Н. Дубровской. – Саратов: Науч. кн., 2008.
6. Куликова, С.А. Теоретико-правовая модель конституционного запрета цензуры / С.А. Куликова // Право: история, теория, практика: материалы междунар. заоч. науч. конф. – СПб.: Реноме, 2011.
7. Куликова, С.А. Конституционный запрет цензуры: понятие, признаки и гарантии/ С.А. Куликов // Информационное право, 2011. – № 2.