

УДК 316.77

Алагулова Мария Владимировна

магистрант направления подготовки
«Государственное и муниципальное
управление»
Российская академия народного хозяйства и
государственной службы при Президенте РФ
Челябинский филиал
Россия, Челябинск
alagulova1993@mail.ru

Maria V. Alagulova

master of the direction of preparation «The
public and municipal administration»
Russian academy of national economy and
public service under the President
of the Russian Federation
Chelyabinsk branch
Russia, Chelyabinsk
alagulova1993@mail.ru

**ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В
ОБЛАСТИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ**

**STATE POLITICS IN THE FIELD OF MASS
MEDIA**

Аннотация

В статье рассматривается значение средств массовой информации для системы государственного управления. Обозначены факторы, требующие построения единой государственной политики в области СМИ.

Ключевые слова:

государственная политика, СМИ,
государственные органы

Abstract

The article is considered the importance of mass media for the system of state administration. There are factors that are required the construction of a unified state policy in the field of mass media.

Keywords:

are the state politics, the mass media, the government entities

Абсолютно каждый аппарат, осуществляющий функции государственного управления, задействует в работе множество сторонних ресурсов. Не исключение в этом вопросе и те институты, которые, казалось бы, по своему изначальному предназначению, имеют мало точек соприкосновения с управленческой деятельностью.

Одним из наиболее ярких примеров того, когда устоявшаяся система, созданная для достижения одной цели, становится частью совершенно другого механизма с иными задачами, является современный этап взаимодействия органов государственной власти и средств массовой информации.

Такой исход действий со стороны властных структур обоснован рядом причин. Во-первых, СМИ являются самым действенным способом передачи информации. Во-вторых, большинство из них пользуются исключительным доверием аудитории. В-третьих, устойчивость политической системы всегда зависела от того насколько полно и быстро элита получает информацию и реагирует на неё [5]. Таким образом, медиаструктуры становятся незаменимым инструментом в вопросе освещения деятельности органов власти.

Ранее первостепенной задачей средств массовой информации было информирование населения обо всём, что представляет для него интерес, сегодня такая модель работы, ввиду ряда причин, используется весьма редко. Когда прибыль и влияния взяли верх над ценностью познания, СМИ всё меньше стали заниматься просвещением, они постепенно становились инструментом манипуляции общественным сознанием [8].

Таким образом, значение средств массовой информации, как проводника между властью и обществом, уверенно растёт. По мнению некоторых исследователей, данная концепция деятельности имеет последствия в виде потери аудитории из-за утраты доверия, подтверждение тому отрицательная динамика подписных тиражей, числа зрителей и слушателей [4].

Как утверждает М. Паренти, средства массовой информации на современном этапе «отбирают большую часть информации и дезинформации, которыми мы пользуемся для оценки социально политической действительности. Наше отношение к проблемам и явлениям, даже сам подход к тому, что считать проблемой или явлением, во многом предопределены теми, кто контролирует мир коммуникаций» [6].

Если проведём краткий обзор теории журналистики, изданной во второй половине двадцатого века, выясним следующее – одной из функций медиа является воздействие на органы власти. Нередко в данных пособиях трактуют СМИ, как «четвёртую власть» [7], часть наших современников в своих выступлениях и трудах убедительно утверждают обратное. К примеру, ещё в 2011 году главный редактор «Московского комсомольца» Павел Гусев на одной из конференций Евросоюза, проходившей в Москве, открыто заявил «СМИ на сегодняшний день никакая не четвертая власть. Это миф, придуманный в 1991 году, когда СМИ реально занимали свое ведущее место в отсутствие политических партий... Сегодня СМИ – это инструмент власти» [2].

Так или иначе, массмедиа прежде всего информируют население, сам процесс и качество сообщаемых сведений напрямую зависят от принятого в конкретном регионе информационного порядка, который в свою очередь образован с учётом норм государственной политики в установленной сфере деятельности.

Как и везде, вопрос государственного регулирования СМИ имеет как сторонников, так и противников. В связи с чем, для минимизации числа разногласий

в данной сфере необходимо создать конкретный информационный порядок с учётом всех демократических принципов. Своего рода механизм, который бы чётко определял, кто и на что имеет право и меры наказания за неисполнение установленных обязательств.

Сегодня информированность общества является одним из главных показателей его развития и одной из приоритетных задач государственного управления. «Информационное общество» с начала 21 века является неотъемлемым критерием стратегического развития как страны в целом, так и в отдельности регионов. Конкретное определение данному термину в своём исследовании даёт М. Кастельс [3]. Он утверждает, что в таком обществе, информация и знания становятся важным производственным ресурсом и движущей силой социально-экономического, технологического и культурного развития. Также существует рынок информации, стремительно растёт удельный вес отраслей, обеспечивающих создание, передачу и использование информации, развивается соответствующая инфраструктура, определяющая национальную и региональную конкурентоспособность, а также идёт активное внедрение во все сферы деятельности новых информационно - коммуникационных технологий.

Таким образом, совершенствование системы средств массовой информации должно стать одной из приоритетных задач органов государственной власти. К тому же, одним из условий благополучия каждого современного человека является беспрепятственный доступ к различного рода сведениям, данная сфера должна работать на чётко обозначенные цели и выполнять все поставленные задачи. Все вышеперечисленные условия должна отражать государственная политика в установленной сфере. А объект, в данном случае СМИ, должны осуществлять свою деятельность согласно установленным правилам и нормам.

А.Я. Анцупов и А.И. Шипилов определяют современные СМИ, как фактор, определяющий поведение людей, в том числе их конфликтность. Иными словами, роль массмедиа в последние годы значительно возросла, предаваемая ими информация оказывает всё большее влияние на сознание граждан, в особенности на психику. По результатам социологических исследований было установлено, что в среднем российский зритель, в том числе дети, в течении дня видит сцену насилия на телеэкране каждые 15 минут, а вечером - каждые 10 минут. Некоторые

специалисты в области социальных технологий называют российское телевидение одним из самых агрессивных в мире [1].

Государство принимало активное участие в развитии Интернета. Бесспорно, он приносит пользу, но при его взрывной популярности не стоит забывать и об угрозе, которую он представляет.

Отсюда следует, что государственная политика в области средств массовой информации не в полной мере соответствует потребностям современного общества. В ряде регионов по-прежнему отсутствует основополагающий документ, отражающий информационную политику. Таким образом, есть необходимость в разработке механизма, который сформирует в этой области порядок с применением всего демократического потенциала информационного прорыва и обеспечит право каждого гражданина на беспрепятственный доступ к качественной информации.

Государственная политика будет действительно эффективной лишь, когда на всех уровнях власти она будет образована от общей идеи или единого замысла.

Список использованных источников

1. Анцупов А.Я., Шипилов А.И. Конфликтология: учебник для вузов. 5-е изд. – СПб.: Питер, 2013. – 512 с.
2. Гусев П.Н. СМИ в России – «инструмент власти» [Электронный ресурс] Режим доступа: // <http://jourdom.ru>
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.
4. Короченский А.П. Источники кризиса доверия. Главные причины недоверия к СМИ. // Журналистика и медиарынок. – 2014. – № 12. – С.34-41.
5. Панарин И.Н. Информационная война, PR и мировая политика: учебное пособие для вузов. – М.: Горячая линия – Телеком, 2006.
6. Паренти М. Демократия для немногих. – М., 1990, с. 216.
7. Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики / Е. П. Прохоров – М.: Аспект Пресс, 2011. – 351 с.
8. Цвынар К.М. Средства массовой информации в современной культуре: информация и просвещение или манипуляция? // Политическая концептология № 2, 2015 г – С.97-108

9. Демьянов Д.Г. Разработка информационных технологий анализа развития сложных социально-экономических систем / Д.Г. Демьянов // Сборник статей и тезисов докладов XIX Всероссийской научно-практической конференции, 27-30 апреля 2015 г. – Челябинск, 2015. – С. 222-225.

10. Демьянов Д.Г. Информационная составляющая национальной безопасности России / Д.Г. Демьянов, О.О. Саитова // XIII Всероссийской научно-практ. конференции, 23-24 апреля 2015 г. – Челябинск, 2015. Часть 2 С. 290

11. Демьянов, Д.Г. Способы повышения эффективности бизнес-процессов / Д.Г. Демьянов, Н.М. Жеданова // Сборник статей и тезисов докладов XI Международной научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов, 25 января 2015 г. – Челябинск, 2015. – С. 194-196.