

## СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

*Лукас Валерия Анатольевна*

студентка

ФГБОУ ВПО «Нижневартовский государственный университет»

г. Нижневартовск, ХМАО – Югра

### **ПРОБЛЕМА СВОБОДЫ СМИ В РОССИИ**

*Аннотация: в данной статье автор поднимает актуальную проблему свободы средств массовой информации (СМИ) в России. В работе проанализированы проблемные вопросы свободы СМИ в России, тесно связанные с реализацией технологий обеспечения информационной безопасности.*

**Ключевые слова:** принцип свободы слова, средства массовой информации.

Актуальность исследования обусловлена проблемами формирования гражданского общества в России и препятствиями на пути реализации конституционного принципа свободы слова, свойственного демократическому обществу, которое строится в России на современном этапе.

Цель работы – проанализировать проблемы свободы СМИ в России, которые тесно связаны с реализацией технологий обеспечения информационной безопасности. Обеспечение информационной безопасности может быть организовано по тоталитарной и демократической схеме. При тоталитарной технологии подразумевается закрытость информационного поля государства; контроль всех ситуаций; ориентация на запрет и, следовательно, жесткая цензура. Реализация данной схемы в силу глобализации коммуникационных сетей, облегчения доступа к ним, сегодня практически, невозможна, однако существуют другие факторы, ограничивающие свободу слова.

Главный действующий закон, регулирующий информационную сферу – Федеральный закон «О средствах массовой информации в Российской Федерации», который был принят в 1991 г. Несмотря на все очевидные достоинства норма-

тивного акта, сегодня он уже не может полностью отвечать запросам и потребностям российского общества. Главный недостаток закона в отсутствии регулирования предпринимательской стороны печати. Закон принимался в ситуации, когда не был определен социальный уклад России и проблему «собственник-собственность» создатели не воспринимали серьёзно, поэтому вопросы печати регулируются законом в отрыве от проблем собственности. Закон отношения граждан и СМИ определяет через посредство учредителя (любой гражданин или предприятие может выступать в качестве учредителя СМИ). Данная норма отражает две важные конституционные свободы: свободу печати и свободу предпринимательства. Такого субъекта как владелец СМИ, закон не знает, хотя владельцы СМИ являются такими же субъектами печатно-правового поля. И если главный редактор не заставит журналиста писать то, что противоречит его совести (такое давление журналист опротестует в суде), то сопротивляться давлению владельца и опротестовывать его журналист не может. Истинная свобода слова могла бы быть реализована при хотя бы относительной независимости журналиста от владельца, при закреплении права журналиста сохранять свою точку зрения.

Помимо внутренней проблемы независимости, существует вопрос о внешней достаточно полной независимости журналиста. Если СМИ откажется от талантливого профессионала, имеющего свою точку зрения, то популярность СМИ снизится, что отразится на его доходах. Такое саморегулирование печати в ситуации нормально функционирующей экономики позволяет сохранить относительную свободу журналиста и некую зависимость издателя от талантливых сотрудников в его штате. Однако условия острой конкуренции накладывают определенный отпечаток на независимость журналистов, кроме того, для такой независимости журналист должен быть известен и признан. Очевидно, что при нынешнем состоянии законодательства и правоприменительной практики в области СМИ, невозможно полноценное обеспечение права человека на информацию.

Россия, как и весь мир, идёт по пути постепенного становления информационного общества. В таком обществе производительные силы и производственные отношения, приращивая капитал, опираются на знания и информацию, образующие новую форму собственности – личную, замещающую частную. В таких условиях информация – основной и неотъемлемый атрибут социального управления обществом. Условия демократизации информационного общества обусловили неизмеримый рост значения массовой информации, что автоматически повлекло за собой рост значения СМИ и повышения их ответственности. Крайне важно, чтобы на начальной стадии развития нового общества информация в нём была открыта, доступна всем гражданам, что представляется невозможным без свободы слова СМИ. Однако в этом процессе помимо правовой всё более ярко проявляется экономическая сторона свободы печати. Для свободного функционирования газет, журналов, радио и телевидения, им необходимо опираться на здоровый экономический фундамент, построение которого в условиях современного медиа-рынка крайне затруднительно. Причины современных экономических трудностей развития рынка средств массовой информации видятся в советском периоде, когда отрасль печати была высоко прибыльной, однако доходы от издания газет и журналов забирали казна партии, профсоюзы, комсомол или государственная казна. Игнорирование необходимости развития инфраструктуры СМИ оставило без информационного капитала современную демократическую Россию.

В целом сложившаяся в системе организации российских СМИ ситуация не допускает их независимости. На сегодняшний день в России существует три формы организации СМИ. При первой средство массовой информации зависит от государства. Тематику и точку зрения на явления и события диктуют представители государственных структур. Журналист практически не имеет возможности выступить против навязываемого мнения. На рынке печатных СМИ государственные структуры обладают около 20 % изданий на федеральном и около 80 % на региональном уровне. Телевизионный рынок составляют 100 государственных (из них 88 региональных) и 150 негосударственных каналов. При второй

форме организации средство массовой информации зависит от частного капитала. При развитом гражданском обществе в России, сильных объединениях предпринимателей, независимости общественных структур от власти, сложилась бы ситуация, при которой СМИ могли бы стать инструментом борьбы против коррумпированной власти, чиновничьего произвола и многих других актуальных проблем. Однако такое развитие событий в современной России невозможno, поскольку власть и деньги крепко спаяны на всех уровнях и во всех областях человеческого сообщества. При третьем варианте СМИ существует на самообеспечении. Возможно, для свободы слова это был бы идеальный вариант, однако картина не настолько идеальна. Реклама является инструментом современной глобальной экономики, которую необходимо рассматривать в качестве инструмента подчинения личности, социума, человечества непомерным потребностям многочисленных корпораций. Рыночные условия определяют приоритетность целей любой редакции и в данном случае, это рост доходов, наибольшая прибыль. Именно эти цели определяют результат каждого сотрудника издания, эти цели вносят свои корректизы в понимание свободы слова и необходимость нести его в массы. Механизм функционирования так называемых общественных СМИ, существующих в Европе и США, в России пока отсутствует, поэтому и сами по-настоящему общественные СМИ, живущие за счёт отчислений и соответствующие читательским интересам, как таковые тоже отсутствуют.

В конце первого десятилетия XXI века Фонд защиты гласности провел исследование и составил «Карту свободы печатной и электронной прессы в России» [2]. При оценке работы СМИ в каждом регионе использовались три критерия – свобода производства, получения и распространения информации. По результатам был сделан вывод, что абсолютно свободных СМИ в России нет, относительная реализация принципа свободы слова существует только в 21 регионе страны.

Таким образом, современное российское законодательство, экономические условия, уровень развития медиарынка сегодня не могут обеспечить реализацию свободы слова СМИ в полной мере. Однако ключевая проблема заключается

даже не в выборе формы существования СМИ и не в зависимости от государства, политических партий, а в болезненном состоянии самого общества, которое люди признают за норму и не верят в свои собственные силы. Возможным выходом из сложившейся ситуации может стать создание общественных СМИ. Стремление ограничить роль СМИ разрушает действия принципа дополнения властей, и журналистика перестаёт исполнять свои обязанности инструмента демократии, насилиственно превращается в исполнителя воли официальных властей, их «служанку». А это представляет серьёзную опасность для демократических основ жизни общества, поскольку свидетельствует о движении в сторону «управляемой демократии», нарастании авторитарных тенденций в государстве и угрозе тоталитаризма.

### *Список литературы*

1. Закон РФ от 27.12.1991 №2124-1 (ред. от 02.07.2013) «О средствах массовой информации» // РГ №32, 08.02.1992.
2. Карта гласности // Журналистика и медиарынок: журн. Союза журналистов России. – 2011. – №12.