ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

Кирпичникова Анастасия Владимировна
аспирант кафедры теории государства и права
и конституционного права
ФГБОУ ВПО Оренбургский государственный университет
г. Оренбург, Оренбургская область

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ЖУРНАЛИСТА, КАК ПРЕДСТАВИТЕЛЯ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ С ОРГАНАМИ ПУБЛИЧНОЙ ВЛАСТИ

Аннотация*: в данной статье рассматривается вопрос взаимодействия журналиста, как представителя средства массовой информации с органами публичной власти в общем виде, а также охарактеризованы модели их взаимодействия. Сделан вывод об актуальности рассматриваемой темы, поскольку средства масс–медиа играют существенную роль в формировании мнений населения о «лице» существующей на сегодня властных структурах в нашей стране.*

Ключевые слова*: журналист, средства массовой информации, властные структуры, органы публичной власти.*

Рассматривая вопрос о взаимодействии журналиста, как представителя средства массовой информации с властными структурами очень важно хорошо понимать цели этого взаимодействия. Ведь ель власти, по сути, в медиа – сфере заключается в обосновании легитимности и актуализации собственных целей через получение общественной поддержки. Для достижения этой цели публичная власть и нуждается в инструменте, который формирует общественное мнение и им выступает как раз упомянутый выше журналист, как представитель средства массовой информации. при этом следует оговориться, что журналист включаясь во взаимодействие с властью, имеет своей целью удовлетворить информационную потребность прежде всего, как отдельно взятой личности, так и общества в целом; с другой стороны, его деятельность направлена на получение

дохода от реализации своей аудитории. Таким образом, можно говорить, что процесс взаимодействия журналиста и публичной власти носит весьма противоречивый характер в силу различных интересов их деятельности и наличия особых интересов.

В контексте данной темы, автору предоставляется необходимым сказать об актуальности темы взаимодействия журналиста. как представителя средства массовой информации с органами публичной власти. Которая состоит в том, что в первую очередь средства массовой информации в целом играют важнейшую роль в формировании мнения масс об самих органах власти; во–вторых, в настоящее время практически отсутствуют научные исследования, где проводился бы анализ не только самих средств массовой информации и их представителей в лице журналистов, но и формы взаимодействия последних (журналистов) и публичной власти и, наконец, в–третьих, на сегодняшний день органы публичной власти ясно и полно осознают ту роль, что непосредственно играю журналисты, представляющие средства массовой информации в обществе [1, с.35].

В демократическом государстве средства массовой информации призваны выражать волю не собственно власти, а волю гражданского общества – наше государство тому пример. Но свобода сама по своей природе, еще не означает объективность предоставляемой информации. поэтому беспрерывность позиции самого журналиста не служит предохранением от использования самого средства массовой информации, как инструмента манипулирования общественным мнением. В свете сказанного, можно рассуждать о финансовой зависимости органов прессы от учредителей и капитала. Основная масса средств массовой информации выдает ту информацию, а равно и журналисты, как их представители, что зачастую согласована с государственными органами или с учредителями, помимо всего сказанного, на сегодняшний момент, происходит сокращение тиражей на все местные, региональные и центральные издания. Причина этого состоит в том, что вместе с ростом влияния электронных средств массовой информации, происходит рост и конкуренции издательских

корпораций – поглощение мелких издательских фирм более крупными.

Однако с развитием рыночных механизмов, пресса начинает искать новые формы своего существования, что зачастую приводит к конфликтным ситуациям с органами публичной власти. Ведь. здесь суть дела кроется не только в освещении информации. но и в зависимости средств массовой информации и их представителей (журналистов) от учреждений и издателей. Что касаемо России то одним из новых веяний стало создание пресс–служб по связям с общественностью в государственных структурах. Главной и основной задачей таких служб явилось – обеспечение граждан исчерпывающей информацией о целях, планах, намерениях и программах деятельности органов публичной власти, а также соответственно учет интересов и общественных нужд при формировании программ деятельности органов власти и выборе метода их реализации [1, с.15].

В свете вышеизложенного, автор считает возможным перейти к непосредственным формам взаимодействия журналиста, как представителя средства массовой информации с органами публичной власти.

Первая модель. Модель социальной ответственности. В соответствии с ней, журналисты, как представители органа прессы в своей профессиональной деятельности должны выполнять определенные обязательства перед обществом. Это выражается прежде всего в том, что публикуемые материалы, являются строгим соответствием профессиональным стандартам информативности, точности, объективности, сбалансированности; профессиональная деятельность журналистов и средств масс–медиа регулируется с помощью правовых норм и институтов, но несмотря на это, возможно вмешательство в деятельность органов прессы и журналистов (их представителей), но только в целях охраны общественной безопасности.

Вторая модель. Советская модель. Здесь деятельность и взаимодействие журналистов и органов власти строится на принципе партийности и господствующей идеологии. Средства массовой информации находятся в государственном ведении и не могут принадлежать частным лицам, поэтому профессиональная деятельность журналистов осуществляется в соответствии с решени-

ем стоящих задач в области экономики, культуры и воспитания. Цензура, выраженная система дозирования информации превалируют. Критика же господствующей власти не допускается.

Третья модель. Модель развивающихся стран. Важно сказать, что данная модель взаимодействия средств масс–медиа и журналистов, как их представителей характерна для Российской Федерации. В рамках данной модели журналисты своей профессиональной деятельностью должны способствовать достижению целей национального и государственного строительства. Свобода же средств массовой информации в целом может ограничиваться только в связи с приоритетами в экономической или политико–культурной сфере. Журналисты обладают свободой, ответственностью при сборе и распространению информации.

Четвертая модель. Модель, переходная к рыночной. Основная отличительная черта данной модели сводится к разделению медиа – пространства на равные и сопоставимые по масштабу части: государственную и негосударственную. Здесь важное место занимает тот факт, что власть уже не может создавать целостную систему командования средствами масс–медиа.

Пятая модель. Рыночная модель. Данная модель взаимодействия журналиста и органов публичной власти характеризуется высоким медиа – насыщением, богатым рекламным бюджетом, при этом всем, независимые от государства средства массовой информации доминируют на рынке медиа – услуг по предоставлению информации. властным структурам приходится считаться с журналистами и средствами массовой информации как с существенным, так и частично самостоятельным фактором влияния в политике и экономике. Минус данной модели – высокая конфликтность и как следствие возрастание насилия против журналистов.

Шестая модель. Конфронтационная модель. Она возникает при так называемом «лобовом» столкновении авторитарной политики региональной власти с мощными и экономически независимыми средствами массовой информации, которые опираются на развитый рекламный рынок и сильные журналистские

традиции. Основные черты: высокая доля независимых средств масс–медиа, закрытая информационная политика публичной власти.

Седьмая модель. Депрессивная модель. Даная модель, отражающая взаимодействие журналистов, как представителей средств массовой информации с органами власти характеризуется низкой медиа – насыщенностью, низким соответственно качеством самих средств массовой информации, отсутствием признаков рекламного медиа – рынка [2, с.44–55].

Таким образом, можно сделать вывод, что базисом процесса трансформации взаимодействия средств масс – медиа и их представителей (журналистов) является переход к рыночной модели взаимодействия и вытеснения последней различных вариантов советской модели.

Список литературы

1. Средства массовой информации в современном мире. – М.: МГУ, 2001. 168с.

2. Прошина М.Г. СМИ как институт гражданского общества в России – Саратов: Изд–во Сарат. Ун–та, 2007.