

МЕДИА
В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ
МОЛОДЫЕ ИССЛЕДОВАТЕЛИ

Материалы
16-й международной конференции
студентов, магистрантов и аспирантов
15–17 марта 2017 г.

субъекта политики, пропагандирующего экологические идеи, в то же время есть потенциал стать таким движением или партией у многих разрозненных, но уже существующих некрупных общественных сил.

Е. А. Черепкина

Национальный исследовательский Томский государственный университет
Научный руководитель д. полит. н., проф. *Н. Г. Щербина*

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ СМИ НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКИХ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЙ

Государственная информационная политика выражается чаще в долгосрочных информационных усилиях государства, которые представляют собой: освоение новых экономических территорий, решение внешних и/или внутренних конфликтов, проведение выборов и референдумов, техническое переоснащение информационной индустрии, установление нового типа взаимоотношений правящего режима со СМИ, проникновение и закрепление своих позиций на внешних информационных рынках.

Представляется важным изучить отношения между институтами государственной власти и СМИ, которые нами рассматриваются как отдельный институт. СМИ на сегодняшний день представляют собой не просто совокупность организаций и коллективов, исполняющих добровольно взятые на себя определенные обязанности. Это довольно жесткая система правил, норм, общественных ожиданий, в соответствии с которыми должны исполняться эти обязанности. Эти правила, нормы, ожидания объективируются в виде определенного статуса людей, обеспечивающих функционирование системы массовой информации, а также в виде ролей, исполнение которых возлагается (а иногда навязывается) на людей, ассоциирующихся с данным институтом.

Теоретической базой для данной работы послужили модели институциональных матриц, предложенные Светланой Кирдиной (X и Y-матрицы). Эти матрицы отличаются комплексами базовых институтов, которые их и образуют. X-матрица образована институтами редистрибутивной экономики, унитарного политического устройства и коммунитарной идеологии. В свою очередь, Y-матрица образована институтами рыночной экономики, федеративного политического устройства и субсидиарной идеологии. Таким образом, используя идеальные типы данных матриц, представляется возможным судить о том, институты какого типа матрицы доминируют в том или ином конкретном обществе.

Так, СМИ в типе X-матрицы — это средства государственной информации и пропаганды, главной задачей которых является обеспечение государственного влияния на общественное мнение и стереотипы поведения населения. Однако в России реализуется и механизм работы коммерческих СМИ, которые ориентированы на извлечение прибыли и пытаются в своей деятельности совместить принципы, характерные как для X-матрицы, так и Y-матрицы. В основном, данные медиапредприятия представляют собой Интернет-каналы и вещают в режиме on-line. Таковыми на российской «рынке СМИ» являются: телеканал «Дождь», Meduza.io (зарегистрировано в Латвии), «РосБизнесКонсалтинг», Slon.ru и др.

В январе 2016 года «Фонд общественного мнения» провел большой и подробный опрос об отношении россиян к новостям в Интернете. Так, самыми читаемыми Интернет-изданиями стали:

1. Вести.RU (vesti.ru);
2. РИА Новости (rian.ru);
3. Аргументы и факты (aif.ru);
4. Лента (lenta.ru);
5. Комсомольская правда (kp.ru);
6. Российская газета (rg.ru);
7. Газета.ру (gazeta.ru);
8. Коммерсант (kommersant.ru);
9. РосБизнесКонсалтинг — РБК (rbc.ru);

10. Русская служба новостей (rusnovosti.ru), Ведомости (vedomosti.ru).

Исходя из информации, полученной в ходе изучения состава руководства изданий, можно говорить о том, что на данный момент в России существует немало СМИ, которые не управляются напрямую через государственные структуры или людей, состоящих в них, однако сила управления их сильна. Общественное сознание, в свою очередь, признает манипуляции со стороны власти, т. к. не верит в возможность как-то влиять на политический процесс и, таким образом со своей стороны, не выражает готовности к партнерству и сотрудничеству или реальной оппозиции.