



На правах рукописи

ИВАНОВ ВЛАДИМИР КОНСТАНТИНОВИЧ

**ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕСТА И РОЛИ ПЕЧАТНЫХ СРЕДСТВ
МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ
ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОЦЕССЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Специальность 23.00.02 - политические институты, процессы и
технологии

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

2 6 ЯНВ 2012

Москва - 2012

На правах рукописи

ИВАНОВ ВЛАДИМИР КОНСТАНТИНОВИЧ

**ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕСТА И РОЛИ ПЕЧАТНЫХ СРЕДСТВ
МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ
ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОЦЕССЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Специальность 23.00.02 - политические институты, процессы и
технологии

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

Москва - 2012

Диссертационная работа выполнена на кафедре политологии и права
Московского государственного областного университета

<u>Научный руководитель:</u>	доктор исторических наук, профессор ЕГОРОВ Владимир Георгиевич
<u>Официальные оппоненты:</u>	доктор исторических наук, профессор Барсенков Александр Сергеевич
	доктор политических наук, профессор Лавренев Сергей Яковлевич
<u>Ведущая организация:</u>	Московский государственный университет путей сообщения (МИИТ)

Защита состоится 21 февраля 2012 г. в 15 час. 00 мин. на заседании диссертационного совета Д 212.155.14 при Московском государственном областном университете по адресу: г. Москва, ул. Фридриха Энгельса, д.21а, ауд. 305.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Московского государственного областного университета (г. Москва, ул. Радио 10а)

Автореферат разослан « ___ » _____ 2012 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
к.пол.н., доцент



Абрамов А.В.

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Печатные средства массовой информации, являясь мощным орудием идеологического воздействия на массы, как в прошлом столетии, так и сегодня играют важную роль источника объективной общественно-политической информации. Сегодня в России, пережившей революционный слом советской политической системы, отчетливо наблюдаются кардинальные изменения условий функционирования и содержания печатных СМИ. Не требуется специального научного анализа для того, чтобы заметить разительное отличие современных газетных и журнальных публикаций от наполнявших информационное поле нашей страны до 1991 года. Процесс трансформации СМИ представляет собой не только новую, важную академическую проблему, но и проблему практического характера, так как определение места и роли печатных СМИ в современном мире позволяет определить верные приоритеты как в реформировании политической системы общества, так и в государственной информационной политике.

Кроме того, изучение процесса трансформации места и роли печатных СМИ важно с точки зрения представления о последствиях проникновения рыночных отношений в политику, феномена современной российской политической практики.

Все это предопределило **актуальность** работы, заключающейся в исследовании изменений социальных функций современных СМИ в контексте политического процесса России.

Проблеме трансформационных процессов в сфере СМИ посвящена обширная научная и публицистическая литература. Только за последние пять лет в сфере исследований, связанных со СМИ, защищено 129 кандидатских и докторских диссертаций, из них 62,7% от общего числа работ раскрывают филологический аспект темы (81 работа). Это работы

Н.С.Бондаревой, С.Е. Паленкова, Н.А. Федотовой, Ю.С. Кульбит, И.Г. Катеневой, А.В. Цивилевой и др.¹

16,2% исследований освещают социологический аспект проблемы (21 работа). Эта группа диссертационных работ представлена трудами А.В.Кузнецова, О.Т.Корнеевой, М.С.Ивченковой и др.²

И только 13,9% затрагивают политологическую сторону проблемы (18 работ).

Есть и такие, где описан зарубежный опыт функционирования СМИ. К ним относятся работы Ю.В.Курышевой, Г.С.Спицына, Д.М.

¹ См., например:

Бондарева Н.С. Принципы и языковые механизмы освещения культурно-речевой ситуации в России в региональных и федеральных печатных СМИ: 2003-2007 гг.: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.01.10 / Бондарева Н.С.; [Место защиты: Воронеж, гос. ун-т]- Ставрополь. 2010, - 207 с.: ил. РГБ ОД. 61 10-10/758; Паленков С.Е. Информационная динамика в системе СМИ: на материале региональной прессы: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.01.10/Паленков С.Е.; [Место защиты: Кубан. гос. ун-т].- Краснодар. 2010,- 200 с.: ил. РГБ ОД. 61 10-10/949; Федотова Н.А. Рекреативные функции СМИ: содержание и стратегии реализации: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.01.10 / Федотова Н.А.; [Место защиты: Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. Фак. журналистики].- Москва, 2010,- 201 с.: ил. РГБ ОД. 61 10-10/1133; Кульбит Ю.С. Когнитивно-информационная природа эмоционально-оценочной лексики в лингвокультурном пространстве: на материале текстов российских и зарубежных СМИ: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.19 / Кульбит Ю.С. ; [Место защиты: Адыг. гос. ун-т].- Майкоп. 2010,- 164 с.: ил. РГБ ОД. 61 10-10/620; Катенева И.Г. Механизмы и языковые средства манипуляции в текстах СМИ: на материале общественно-политических оппозиционных изданий: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.01 / Катенева И.Г.; [Место защиты: Новосиб. гос. пед. ун-т].- Новосибирск. 2010,- 250 с.: ил. РГБ ОД. 61 10-10/696; Цивилева А.В.. Имена существительные тематической группы "неживая природа" как средство репрезентации языковой картины мира в региональных печатных СМИ: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.01 / Цивилева АВ. ; [Место защиты: Волгогр. гос. ун-т].- Волгоград. 2010,- 205 с.: ил. РГБ ОД. 61 10-10/562.

² См., например:

Кузнецов А.В. Социальные взаимоотношения врачей, пациентов и СМИ в процессе меликапизации: диссертация ... кандидата социологических наук: 14.00.52 / Кузнецов А.В.; [Место защиты: Волгогр. гос. мед. ун-т].- Волгоград. 2009.- 152 с.: ил. РГБ ОД. 61 09-22/457; Корнеева О.Т. Влияние СМИ на формирование информационного неравенства в современной России: диссертация ... кандидата социологических наук: 22.00.04 / Корнеева О.Т.; [Место защиты: Юж. федер. ун-т].- Ростов-на-Дону. 2010,- 170 с.: ил. РГБ ОД. 61 10-22/330; Ивченкова М.С. Модели функционирования современных российских СМИ; институциональный подход: диссертация ... кандидата социологических наук: 22.00.04 / Ивченкова М.С.; [Место защиты: Сарат. гос. техн. ун-т].- Саратов. 2010.- 178 с.: ил. РГБ ОД. 61 10-22/270.

Сайдалиева, Н.С.Виноградовой и др.³ В круг диссертационных исследований также вошли темы, посвященные деятельности региональных масс-медиа. К таковым следует отнести работы К.А.Кузиной, К.С.Рушаняна и др.⁴ Выбор регионального аспекта проблемы не случаен, так как местные СМИ отражают специфическое для территории состояние местных социально-политических систем и процессов, доминирующих в них интересов и предпочтений: корпоративных, публичных, бюрократических. Таким образом они воспроизводят свою особенную повестку дня.

Отдельный аспект проблематики диссертаций, выполненных по политической науке, составили исследования, анализирующие отражение в СМИ определенных политических, социальных и экономических проблем. К этой группе диссертаций относятся труды К.В.Жданова, А.М.Новикова, А.С.Савицкой, Е.А.Лиманского и др.⁵

³ См., например:

Курышева Ю.В. Испания: политико-правовые аспекты процесса интеграции национальных СМИ в информационное пространство ЕС: диссертация ... кандидата политических наук: 10.01.10 / Курышева Ю.В.; [Место защиты: С.-Петерб. гос. ун-т].- Санкт-Петербург. 2008,- 203 с.: ил. РГБ ОД, 61 09-23/39; Спицын Г.С. Качественные печатные СМИ Республики Польша в формировании общественного мнения о современной России: диссертация кандидата политических наук: 10.01.10/ Спицын Г.С.; [Место защиты: С.-Петерб. гос. ун-т].- Санкт-Петербург. 2008,- 181с.: ил. РГБ ОД. 61 08-23/206; Сайдалиев Д.М. Роль СМИ в процессе демократизации общества в Республике Таджикистан: диссертация кандидата политических наук: 23.00.02 / Сайдалиев Д.М.; [Место защиты: Тадж. нац. ун-т].- Душанбе, 2009,- 139 с.: ил. РГБ ОД, 61 09-23/263; Виноградова Н.С. Политико-психологический анализ образа России в англо-американских печатных СМИ: исследование 2008-2009 гг.: диссертация кандидата политических наук: 19.00.12 / Виноградова Н.С.; Место защиты: [Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова].- Москва, 2010,- 138 с. ил. РГБ ОД. 61 10-23/302.

⁴ См., например:

Кузина К.А. Роль СМИ в формировании имиджа Каспийского региона: диссертация кандидата политических наук: 23.00.02 / Кузина К.А.; [Место защиты: Кубан. гос. ун-т]. - Астрахань, 2008. - 220 с.: ил. РГБ ОД, 61:08-23/99; Рушанян К.С. Роль региональных СМИ в развитии этнополитических процессов и институтов в Ставропольском крае: диссертация кандидата политических наук: 23.00.02 / Рушанян К.С.; [Место защиты: Ставроп. гос. ун-т].- Ставрополь, 2009.- 203 с.: ил. РГБ ОД, 61 10-23/119.

⁵ См., например:

Специальным предметом рассмотрения политологов стала проблема встроенности СМИ в механизм взаимодействия общества и власти. Здесь необходимо упомянуть таких авторов, как Т.Ю. Давыдова и И.И. Чистов.⁶ Отметим всего лишь одну работу, где рассматриваются СМИ в контексте современного политического процесса России. Это исследование Д.В. Шутмана.⁷ Автор анализирует условия и направления политической актуализации СМИ, их роль в социализации политического пространства, функциональные модели развития масс-медиа в контексте политических процессов.

Сравнительно немногочисленная научная литература содержит отдельные аспекты проблемы трансформации СМИ в контексте политического процесса. Значительная часть статей и книг, посвященных этому сюжету, носит публицистический характер. Такой жанр обусловил ее структуру, лексику, стилистику и содержание. Как правило, печатная

Жданов К.В. Американские СМИ о демократических процессах современной России: диссертация ... канд. полит. наук: 23.00.02 СПб.. 2006. - 189 с. РГБ ОД-61:06-23/268; Новиков А.М. Деятельность СМИ в условиях риска и кризиса: политический и теоретический аспекты: диссертация ... канд. полит. наук: 10.01.10 СПб., 2006.-209 с. РГБ ОД, 61:06-23/396; Савицкая А.С. Межгосударственный экономический конфликт в отражении российских деловых СМИ: диссертация ... кандидата политических наук: 10.01.10 / Савицкая А.С.; [Место защиты: С.-Петербург. гос. ун-т].- Санкт-Петербург, 2009,- 210 с.: ил. РГБ ОД, 61 10-23/135; Лиманский Е.А. Проблемы реформирования Федеративного устройства России в общенациональных печатных СМИ: диссертация ... кандидата политических наук: 10.01.10 / Лиманский Е.А. ; [Место защиты: Ур. гос. ун-т им. А.М. Горького]. - Екатеринбург. 2008. - 140 с. РГБ ОД. 61:08-23/80.

⁶ См., например:

Давыдова Т.Ю. СМИ как фактор формирования образа власти в картине мира российских граждан: диссертация ... кандидата политических наук: 19.00.12 / Давыдова Т.Ю. ; [Место защиты: Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. Филос. фак.]- Москва, 2009,- 189 с.: ил. РГБ ОД, 61 09-23/158; Чистов И.И. Формирование образа законодательной власти РФ в российских СМИ: на примере Государственной Думы Федерального Собрания РФ: диссертация ... кандидата политических наук: 19.00.12 / Чистов И.И. ; [Место защиты: Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова].- Москва, 2009.- 156 с.: ил. РГБ ОД, 61 09-23 87.

⁷ См., например:

Шутман Д.В. Особенности функционирования института СМИ в политическом процессе Российской Федерации: диссертация ... кандидата политических наук: 23.00.02 / Шутман Д.В.; [Место защиты: С.-Петербург. гос. ун-т]. - Владивосток. 2008. - 161 с. РГБ ОД. 61:08-23/46.

продукция такого рода изобилует газетными и журнальными цитатами, ангажирована определенными политическими привязанностями и не ставит перед собой задач углубленного политологического анализа.

Обширный круг научных трудов посвящен государственной политике как в целом в информационной сфере, так и в области СМИ в частности. К этой группе работ можно отнести исследования В.Д.Попова, А.А.Стрельцова, О.В.Скачко, О.В.Автаева, Д.И. Зудина, С.В.Архипова и др.⁸ Большинство авторов отмечает незавершенность процесса концептуализации и низкую эффективность государственной политики в области СМИ.

Особое внимание исследователей привлекала проблема места СМИ в механизме взаимодействия общества и власти. Эта тема раскрывается в трудах И.И. Лукашука, Ю.А.Красина, В.Т.Третьякова, Е.Б.Шестопалова, Е.П.Тавокина, А.Ю.Рыжовой-Поволоцкой, А.Г.Киселева и др.⁹ Так, в представлении политологов, например В.Г.Семенова, власть, бизнес и

⁸ См., например:

Попов В.Д. Информациология и информационная политика. - М., 2001. - 118 с.; Стрельцов А.А. Обеспечение информационной безопасности России. Теоретические и методологические основы. - М., 2002. - 296 с.; Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны. - М., 2003. - 541 с.; Скачко О.В. Государственная информационная политика России в сфере СМИ: теоретические аспекты и современная практика. Автореферат на соискание ученой степени кандидата политических наук. - СПб., 2006; Автаева О.В., Зудин Д.И. Государственная информационная политика в области СМИ// Вестник Нижегородского университета. Серия: социальные науки, 2010. №3. - с.13-19; Архипов С.В. Государственная политика в области СМИ в России и США// <http://www.prof.msu.ru/publ/omsk2/o16.htm>.

⁹ См., например:

Лукашук И.И. Средства массовой информации, государство, право. - М., 2001. - 322с.; Красин Ю.А. Российская демократия: коридор возможностей // Полис. - 2004. - №5; Третьяков В.Т. Слово высказанное// Политический класс. - 2005. - №5; Шестопалов Е.Б. Новые тенденции восприятия власти в России// Полис. - 2005. - №3; Тавокин Е.П. Власть и СМИ - информация для общества// Мониторинг общественного мнения. 2006. №2(78); Рыжова - Поволоцкая А.Ю. Власть и СМИ в "большой политике" Российской Федерации 1993-1999гг.: трансформация модели взаимодействия// Вестник РУДН. - Серия: политология - 2009. - №3. - с 18-24; Киселев А.Г. Теория и практика массовой информации. Общество. СМИ. Власть. - М., 2010. - 432с. и др.

средства массовой информации “на данном историческом этапе образуют некий союз, который не может быть основой гражданского общества, а представляет собой вершину айсберга, сверкающую ослепительной белизной этой своей части”¹⁰.

Определенный круг ученых (в основном социологов) посвятил свои труды изучению места и роли СМИ в системе социальных отношений в современной России. Это работы В.В.Ворошилова, Ю.Дорофеева, Е.Г.Дьяковой, А.Д.Трахтенберга, В.Ф.Олешко и др.,¹¹ где анализируется, хотя и недостаточно полно, на наш взгляд, место СМИ в системе социальных отношений и их роль в современном политическом процессе страны. Уточнив степень разработки этой проблемы, Д.В. Шутман утверждает, что “полной ясности и выверенных научных исследований, посвященных роли и месту СМИ в политическом процессе, нет”¹². Конечно, такая точка зрения несколько принижает ситуацию с изучением политической составляющей функционирования СМИ в современном российском обществе, но в целом эта характеристика степени освоения темы не так далека от истины.

Имеющиеся по родственной проблематике работы в основном отражают два аспекта: СМИ как инструмент коммуникации между

¹⁰ Семенов В.Г. Взаимодействие власти, бизнеса и СМИ - основа становления государственного общества//Вестник электронных и печатных СМИ. Вып. №2.

¹¹ См. например:

В.В.Ворошилов. Российские СМИ в системе социально - экономических отношений //Журналистика и социология. Россия, 90-е годы. Моногр. Сб. ст. /Ред.-сост. С.Г.Корконосенко. -СПб: СПбГУ, 2001.-189 с.; Ю.Дорофеев. О социальной роли прессы в общественно необходимых процессах развития //Средства массовой информации в современном мире. - Санкт-Петербург, 2001. - С.15-19.; Е.Г.Дьякова, А.Д. Трахтенберг. К проблеме социокультурной специфики российской журналистики //Средства массовой информации в современном мире. - Санкт-Петербург, 2001. с.34-37.; В.Ф.Олешко. Социожурналистика - Прагматическое моделирование технологий массово- коммуникационной деятельности. - Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 1996. -262с.

¹² Шутман Д.В Особенности функционирования института СМИ в политическом процессе Российской Федерации: диссертация кандидата политических наук: 23.00.02 - СПб., 2008. - с.5.

элементами политической системы и СМИ как средство воспитания политической культуры. К таковым следует отнести диссертационные исследования А.А.Грабельниковой, Е.П.Прохорова, Б.Б.Багирова, М.М.Ковалевой, Л.Л.Реснянской, М.И.Алексеевой и некоторых других.¹³

Таким образом, краткий обзор литературы по избранной теме убеждает в необходимости дальнейшего исследования места и роли СМИ в современном политическом процессе. Это важно еще и потому, что сам политический процесс и факторы, детерминирующие его, не статичны, а представляют динамическую систему, в которой конфигурация и роль СМИ постоянно меняются.

Целью настоящего диссертационного исследования является изучение динамики развития социальных функций газетных СМИ в контексте их места и роли в политическом процессе.

Цель исследования определила **необходимость решения следующих конкретных задач:**

1. С учетом последних теоретических разработок в области газетных СМИ попытаться концептуализировать конкретно-политологическую проблему эволюции места и роли печатных СМИ в политическом процессе.
2. Охарактеризовать основные направления государственной политики в области СМИ с учетом оптимизации их влияния на политическую ситуацию в стране.
3. Показать общий контекст трансформации политического ландшафта России и степень его отражения в печатных СМИ (с учетом влияния рыночных отношений в социальной сфере).

¹³ Грабельникова А.А. Средства массовой информации постсоветской России. - М., 1996; Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. - М., 2001. - 268 с.; Багиров Б.Б., Ковалева М.М. Журналистика и политика // СОЦИС. - 2001. №8; Реснянская Л.Л. Топология СМИ в политическом пространстве постсоветской России// Вестник Московского университета. - 2001. №1; Алексеева М.И. Средства массовой коммуникации России. - М., 2006 и др.

4. Изучить направления динамики социальных функций российских газет с учетом их субъектности в политическом процессе.
5. Показать факторы и условия, инициирующие рецессию роли печатных СМИ в общественно-политической сфере.

Предметом исследования явился механизм взаимодействия СМИ и политического процесса.

Объект исследования составляет газетная пресса в процессе эволюции ее социальных ^{функций}, непосредственно связанных с реализацией политического содержания.

Эмпирическую базу исследований составили официальные документы российского государства, определяющие политику в отношении СМИ.

Значительный материал, способствовавший ориентации в современных тенденциях развития рынка печатных СМИ, представлен в документах, докладах, сообщениях Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям.

Предметом специального рассмотрения стали мониторинги, осуществляемые по инициативе Федерального агентства. В нашем исследовании использованы также материалы общественных организаций и отдельных издательских домов, активно занимающихся анализом российского медийного пространства.

Кроме того, в ряду фактического материала важнейшее место занимают социологические исследования, проводимые Институтом стран СНГ, где нами изучены результаты работ, относящихся к проблемам современных отечественных СМИ, учтены выводы социологов некоторых других организаций и учреждений.

Главную базу эмпирических данных для исследования представил контент-анализ советских и российских газет, где с целью изучения процесса трансформации социальной функции СМИ была

проанализирована периодическая газетная пресса за период с 1990 по 2010 годы.

Особую роль при написании работы сыграли материалы Гильдии Издателей периодической печати, в частности, те, в которых обобщен опыт международного развития газетных СМИ, полезный для изучения современных процессов в отечественных СМИ.

Значительно пополнили источниковую базу диссертации доклады и аналитические материалы Всемирной Ассоциации газет и материалы отечественных медийных исследований.

Кроме того, при подготовке нашей работы большой фактический материал был извлечен из аналитических исследований Ассоциации Коммуникационных Агентств России.

Теоретико-методологической основой исследования явился принцип историзма и системного подхода применительно к оценке места и роли газетных СМИ в современном политическом процессе страны.

В этом ключе мы рассмотрели социальные функции печатных СМИ в их динамике на протяжении последних двух десятилетий, что позволило отчетливо представить основные тренды эволюции российской прессы, отразившиеся на ее участии в политическом процессе. Историзм помог увидеть соответствие нового облика газетных масс-медиа условиям постсоветской реальности, национальные особенности процесса коммерциализации политического ландшафта в целом, что получило адекватное отражение в печатных СМИ.

Теоретико-методологической базой исследования явились методы контент-анализа, статистического, системного и структурно-функционального анализа, а также сравнительно-сопоставительный и проблемный методы.

Все вышеизложенное обусловило логику и **структуру диссертационного исследования**. Работа состоит из введения, основной

части, содержащей три главы, заключения, списка использованных источников и литературы.

Во введении обосновывается актуальность темы, анализируется степень разработанности проблемы в научной литературе, формулируются цель, задачи, объект и предмет исследования.

Глава 1 - «СМИ как объект и субъект российского политического процесса: теория и общественная практика» состоит из двух параграфов, где в первом дается теоретический анализ места и роли средств массовой информации в современном обществе, а во втором рассматривается государственная политика в сфере средств массовой информации.

Глава 2 - «Социальные функции печатных СМИ и современный политический процесс» состоит из двух параграфов.

В первом параграфе анализируется процесс консьюмеризации печатных средств массовой информации и его последствия. Второй параграф содержит данные о динамике социальных функций газетных СМИ в контексте современного политического процесса.

Глава 3 - «Место и роль газетных СМИ в политическом процессе России» состоит из трех параграфов.

В первом рассматриваются возможности газетных СМИ в формировании общественно-политических предпочтений массовой аудитории. Второй посвящен проблеме фрагментации читательской аудитории газет как фактор изменения их роли в политическом процессе. В третьем параграфе анализируется изменение механизма функционирования газетных СМИ в политическом процессе страны.

В заключении приводятся основные выводы диссертационного исследования и даются рекомендации по корректировке государственной политики в отношении печатных средств массовой информации с учетом условий их функционирования.

II. НАУЧНАЯ НОВИЗНА ИССЛЕДОВАНИЯ И ОБОСНОВАНИЕ ПОЛОЖЕНИЙ, ВЫНОСИМЫХ НА ЗАЩИТУ

Научная новизна исследования состоит:

1. В авторском определении печатных СМИ как средства массового воздействия на формирование политических предпочтений населения. Сохранение газетных СМИ в качестве полноценного участника современного политического процесса связано с их способностью формулировать общенациональную повестку дня. Такая возможность практически утрачивается современной журнальной прессой, рассчитанной на более узкую читательскую аудиторию.
2. В оригинальном исследовании эволюции социальных функций печатных СМИ на протяжении 1990-2010 годов в контексте их роли в политическом процессе России.
3. В исследовании процесса коньюмеризации газетных СМИ, являющегося главной причиной сужения читательской аудитории и сокращения влияния общественно-политической прессы на современного читателя.
4. В обосновании объективных и субъективных факторов, фундирующих процесс фрагментации читательской аудитории, в освещении последствий и результатов этого процесса.
5. В отражении деформации механизма интеграции печатных СМИ в современный политический процесс.

На защиту выносятся следующие авторские положения:

1. *Процессы рыночной трансформации, нашедшие свое отражение в отечественной газетной прессе, привели к утрате последней значения средства формирования политического сознания населения и политического коммуникатора, обеспечивающего*

диалог общества и самой власти, общественных и политических институтов страны.

Под действием товаризации всех сфер общественной жизни периодические издания утрачивают свое первичное назначение - посредника между властью и обществом, средства социальной коммуникации и политической ориентации; газетная пресса превращается в обычный коммерческий продукт, функционирующий и развивающийся в соответствии с правилами и закономерностями маркетинга.

Процесс консьюмеризации газетного ландшафта, последовавший вслед за сломом прежней социально-политической системы, внес глубокие сущностные и структурные изменения в облик российских газет. Значительно изменились их социальные функции. Возложенная на них традиционная социальная обязанность достоверного источника информации, политического коммуникатора, площадки общественного диалога сегодня стала активно замещаться рекламно-развлекательной функцией. Эволюция социальных функций газет имела глубокие последствия, полностью переформатировавшие внутренние и внешние условия функционирования СМИ.

Учитывая закономерное усложнение социальной структуры российского общества и консьюмеризацию газетного пространства, следует полагать, что неизбежна тенденция углубления фрагментации читательской аудитории газет.

Фрагментация читательской аудитории может быть использована и используется в целях активного политического влияния на сообщества потребителей газетной прессы. Во-первых, акцентируя внимание читателей на узкой проблематике (как правило, развлекательного характера), издатели отвлекают думающую публику от важных социальных вопросов. Во-вторых, мелкая корпорация, объединенная интересом к одному изданию, представляет собой удобный объект для

управления, а отсутствие газет, формирующих общенациональную повестку дня, способствует окончательному смещению источника формирования политических предпочтений населения в неформальную сферу.

Общественно-политические газеты, призванные решать проблему приобщения граждан к политической жизни страны, кардинально сократили функции, направленные на реализацию этой задачи. В таком виде, десоциализированном и качественно изменившем свое содержание, газеты не способны решать основные проблемы интеграции населения в политический процесс, способствовать демократизации российского социума, формулировать повестку общественного диалога, реализовывать функцию взаимодействия общества и власти.

Реализация социального предназначения российских газет, восстановление их традиционного места в политическом процессе страны настоятельно требует корректировки государственной политики в сфере средств массовой информации.

2. *В последнее десятилетие наметилась устойчивая тенденция эволюции печатных СМИ в сторону превращения их в "бизнес-проект", сопровождающаяся сокращением аудитории изданий общественно-политической тематики, отстраненностью молодежи от серьезной прессы, засильем рекламно-развлекательных газет.*

Начиная с 1990-х годов в контексте начавшихся в стране революционных преобразований по смене общественного строя и перехода к рынку, СМИ, в том числе газетные, так же, как и национальное достояние в целом, через процедуру приватизации перешли в частную собственность (как правило, членов редакционных коллективов). Являясь субъектом рыночной стихии, большинство газетных периодических

изданий не обеспечивало своим суммарным доходом своего же независимого функционирования.

К середине первого десятилетия практически все центральные газеты перешли в собственность крупных олигархических структур. Являясь одним из направлений бизнеса крупных компаний, газетные СМИ приобрели качественно новое социальное содержание.

Целью газет стало получение максимального дохода и реализация собственных политических амбиций их “хозяев”. Функционирование современных газетных СМИ в России стало осуществляться на основе примитивных менеджерских решений, направленных на сиюминутное получение выгоды в ущерб динамичному развитию СМИ и реализации ими институционального социального предназначения.

Значительно сократилась читательская аудитория газет и, в первую очередь, газет общественно-политического характера. Читательская аудитория постарела; из сообщества потребителей газетных СМИ практически ушла молодежь (25-35 лет). Общественно-политические газетные издания, руководствуясь элементарным желанием повышения рентабельности своего предприятия, значительно “пожелтели”.

3. Динамика социальных функций газетных СМИ привела к изменениям их места и роли в политическом процессе.

С целью изучения процесса трансформации социальной функции СМИ была проанализирована периодическая газетная пресса за период с 1990 по 2010 годы.

Для трех лет (1990г., 2001г., 2010г.) были определены генеральные совокупности, подлежащие контент-анализу. К началу 1980-х годов издавалось 7985 газет (разовым тиражом 168 млн. экз.). Каждая четвертая газета (разового тиража) в мире выходила в СССР. Из общего количества газетных изданий - 29 являлись общегосударственными (центральными), 156 республиканскими, 95 газет автономных республик и областей, 309

областных, краевых и окружных , 655 городских, 2899 районных, 2932 низовых (газет предприятий, учебных заведений и пр.), 910 - колхозных газет.¹⁴ Таким образом, генеральная совокупность, отражающая место и роль печатных СМИ в политическом процессе, безусловно, включала общегосударственные газеты, республиканскую прессу, областные, краевые и городские периодические издания. Газеты отдельных предприятий и районная периодика в основном отражала круг проблем, относящихся исключительно к общественной жизни небольшой территории или одного трудового коллектива, выполняя таким образом функцию консолидирующего инструмента в рамках относительно узких генераций. Именно по этой причине мы посчитали возможным исключить их из исследуемой генеральной совокупности газетных СМИ в 1990 году.

Газеты союзных республик, выходящие после 1991 года, по понятным причинам корректного сопоставления с отечественной прессой, также оставлены вне исследуемого поля. По той же причине были опущены областные и городские газетные издания административных образований, входивших в состав союзных республик.

Таким образом, в генеральную совокупность печатных газетных СМИ за 1990 год вошли 1082 издания¹⁵. Применяя к генеральной совокупности гнездовую (кластерную) выборку, было отобрано 110 газет, что составило 10% генеральной совокупности. Имея в виду, что генеральная совокупность естественным образом делится на достаточно мелкие составные части (гнезда, или кластеры), предметом анализа явился ежемесячный тираж того или иного периодического издания. При этом выбор конкретного месяца подборки осуществлялся случайно. Основанием для определения генеральной совокупности газет общественно-

¹⁴ Большая советская энциклопедия. - М., 1969-1978 (газеты).

¹⁵ Генеральная совокупность газетной периодической печати не ограничивалась тематически, так как все газеты того периода в той или иной мере носили общественно-политический характер.

политической тематики за 2000 и 2011 годы послужили данные ежегодных докладов Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям за 2005, 2009, 2011 годы.

Динамика роста количества зарегистрированных газет Российской Федерации¹⁶

Год	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Количество зарегистрированных газет	17636	20503	24336	25404	25843	27162	27441	27425	27425	40000
Количество экземпляров (млрд. экз.)	7,75	8,02	8,2	8,5	8,65	8,0	7,8	7,8	7,8	Данные отсутствуют

Для большей достоверности данных о реально выходящих в стране газетах¹⁷ мы обратились к каталогам ОАО “Роспечать” и “Почта России”, издаваемым Межрегиональным агентством подписки (МАП). В подписном каталоге “Роспечать” на 2-е полугодие 2010 года было зарегистрировано 336 газет - 233 общероссийских и 143 региональных. В каталоге “Почта России”, изданном за тот же период времени, насчитывалось 2030 газет, в том числе 466 общероссийских. Таким образом, в наиболее полном

¹⁶ Таблица составлена на основании:

Российский рынок периодической печати. 2005 год. Состояние, тенденции и перспективы развития. Доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. - М., 2005; Российский рынок периодической печати. 2006 год. Состояние, тенденции и перспективы развития. Доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. - М., 2006; Российский рынок периодической печати. 2007 год. Состояние, тенденции и перспективы развития. Доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. - М., 2007; Российский рынок периодической печати. 2008 год. Состояние, тенденции и перспективы развития. Доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. - М., 2008; Российский рынок периодической печати. 2009 год. Состояние, тенденции и перспективы развития. Доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. - М., 2009; Российский рынок периодической печати. 2010 год. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. - М., 2010; Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. Управление периодической печати, книгоиздания и полиграфии. - М., 2011.

¹⁷ Российский рынок периодической печати. Состояние, тенденции и перспективы развития. Доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. - М., 2007.

каталоге МАП естественным образом оказались опущенными местные газеты, выпускаемые мелкими территориальными объединениями, отдельными организациями и предприятиями, намеренно исключенные нами из генеральной совокупности.

Учитывая специфику предмета исследования, из генеральной совокупности были исключены и газеты, не имеющие отношения к общественно-политической тематике. Удельный вес таковых составил 27,2% от общего числа учтенных газетных изданий.¹⁹

После дифференциации в сфере развлекательной периодики в генеральной совокупности осталось 1478 газет. Контент-анализу с применением уже указанного метода десятипроцентной выборки, было подвергнуто 147 газет. Его результаты показали изменение места и роли газетных СМИ в политическом процессе.

4. Политическая роль газетных СМИ находится в состоянии рецессии без каких-либо ясных перспектив выхода из этого положения.

Начавшийся в 1990-е годы, процесс самоизоляции газетной прессы от политического процесса активно продолжается и в наши дни. Изменился сам механизм участия печатных СМИ в политическом процессе: на смену объективному информированию населения пришли политтехнологии, позволяющие манипулировать общественным сознанием, ушла в прошлое эпоха доминирования универсальных массовых газет “для всех”. Сегодня они активно замещаются газетами, ориентированными на узкую аудиторию, и газетами - “агитками”, выпускаемыми к избирательным кампаниям или знаменательным датам.

Виртуализация политического процесса, невидимость для читательской аудитории его истинного содержания, все это ведет не

¹⁸ В докладе Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям за 2011 год говорится о том, что общественно-политических газет, “включая районные и городские”, “вряд ли наберется более пяти тысяч”. - с.15.

¹⁹ Например, из общероссийских: “Спид-инфо”, “Целебник”, “Оракул”, “Антенна - Телесемь”, “Спорт-Экспресс” и т.д.

столько к манипуляции сознанием, сколько способствует “ общему эффекту деполитизации ” населения. Функционирование газет в политическом процессе постепенно формируется в рамки их участия в PR-проектах, имеющих вполне осязаемую материальную подоплеку.

5. Действенным инструментом регенерации газетных СМИ как полноценного участника современного политического процесса может быть только продуманная государственная политика по созданию сегмента общественных независимых газет.

С учетом понимания места и роли СМИ в политическом процессе, становится очевидной актуальность государственной политики, обеспечивающей направление их развития в русле задач, решение которых составляет важнейшую сторону реформирования российского общества. Именно государственная политика в конечном итоге определяет реализацию позитивного или деструктивного потенциала СМИ, одинаково востребованного в современных непростых условиях, когда сама иерархия социальных ценностей и идеалов выглядит весьма расплывчато.

Для оптимально успешного функционирования СМИ как социального института демократического общества необходима внятная и последовательно реализуемая государственная политика в области СМИ.

За время постсоветского реформирования российского общества государственная политика в сфере средств массовой информации в целом развивалась в русле логики заимствованных из западного опыта норм институциональной демократии. Основным ее достижением можно считать частичную реализацию одного из ведущих демократических принципов - свободы слова.

Однако бесконтрольная передача и смена хозяев изданий, разного рода слияния и поглощения медиаактивов, находящихся вне поля зрения государства и общества, создали условия, ставящие под сомнение либеральный характер демократических преобразований СМИ. Основная

часть медиапространства перешла в руки крупному олигархическому капиталу, что само по себе ставит под сомнение возможность реализации печатной прессой своей социальной функции - механизма взаимодействия общества и власти, инструмента формирования общественно-политических предпочтений граждан в интересах общества и государства. Государству пока не удалось выработать не только действенного механизма рекрутирования в медийное пространство независимых игроков, но даже механизма, порождающего этот процесс.

Предпринятые позитивные шаги в установлении различных пределов свободного развития медийного пространства на коммерческой основе коснулись, к сожалению, исключительно ограничений, связанных с безопасностью самого государства, в том числе с противодействием терроризму, наркомании, разрушению детской нравственности.

Заслуживают положительной оценки первые политические решения в этой сфере, расширяющие доступ СМИ к информации о деятельности судов, государственных учреждений, публичных политиков.

Вместе с тем, движение по пути демократизации печатных средств массовой информации не может принести стратегического успеха вследствие нерешенности главной проблемы российской современности - продолжающегося сокращения читательской аудитории, утраты газетами главного родового признака - публичности. Все остальные достижения без решения этой проблемы будут носить паллиативный характер или усилят социально-политические позиции формирующейся корпорации чиновников и крупного капитала.

В этой связи обращает на себя внимание позиция государства в области финансовой политики в отношении СМИ. Во-первых, неконструктивной выглядит мера, лишившая социального статуса и гарантированной материальной поддержки со стороны государства СМИ, осуществляющих научно-образовательную, воспитательную,

просветительскую деятельность. Переведенная в формат ежегодного финансирования социально-значимых проектов, финансовая помощь государства уменьшилась в отношении всех печатных СМИ (за исключением СМИ, ориентированных на инвалидов).

Во-вторых, вызывает особое сомнение сокращение финансирования газет общественно-политической тематики, сокращение читательской аудитории которых грозит утратой ими статуса субъекта современного политического процесса.

В-третьих, не отработан государственный механизм рыночного регулирования СМИ. Налоговое обременение не дифференцирует общественно-значимые издания и издательские коммерческие проекты, что ведет к выхолащиванию из медийного пространства серьезной прессы.

Предприняв меры к предотвращению нецелевого расходования средств региональных бюджетов, направляемых на поддержку местных СМИ, государство абсолютно устранилось от контроля над направлением развития регионального медийного пространства. Как следствие, именно в его недрах время от времени возникают прецеденты использования прессы в антиобщественных целях.

Таким образом, государственная политика в области печатных СМИ далека от совершенства и настоятельно требует серьезной корректировки.

Государственная политика должна стать главным интегратором субъектов медийного пространства, проповедующих самые разные политические, культурные, религиозные ценности, ориентиром направления, отражающего интересы и потребности всего общества. Такая существенная трансформация - весьма сложный процесс, но без этого российские СМИ обречены на роль суфлера чужого спектакля”.

Средством усиления регулирующей роли государства должна стать система государственных заказов, государственно-частного партнерства,

создание независимых СМИ, основой которых могла бы стать газетная пресса, находящаяся до сих пор в государственной собственности.

III. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ И ЕГО АПРОБАЦИЯ

Практическая значимость диссертационного исследования определяется возможностями применения его фактического и концептуального материала в политической и научно-преподавательской деятельности. Определение места и роли печатных СМИ в современном политическом процессе позволяет расставить верные ориентиры как в реформировании политической системы общества в целом, так и в государственной политике в сфере средств массовой информации в частности.

Положения и выводы работы могут быть использованы при подготовке общих и специальных вузовских курсов по политическим наукам.

Основные выводы и положения диссертационного исследования были **апробированы** автором в ходе выступлений на научно-практических конференциях:

1. Юбилейные научные чтения. К 15-летию Института стран СНГ. Москва, 2011г.
2. СМИ и современный политический процесс. МГУЛ. Москва, 2011г.
3. Актуальные проблемы современного политического развития стран СНГ. Казахстан (Байконур), 2011г.

Основные выводы диссертационного исследования нашли отражение в следующих **публикациях**:

В журналах, включенных в перечень ВАК для опубликования результатов диссертационных исследований по политическим наукам:

1. Иванов В.К. Трансформация места и роли печатных СМИ в современном политическом процессе России // Вестник МГОУ. - Серия «История и политические науки» - 2011. №4. (0,5 п.л.)
2. Иванов В.К. Изменение социальных функций печатных СМИ в современном политическом процессе России // Мир и политика. - 2012. №1. (0,5 п.л.)

Монографии:

1. Иванов В.К. Трансформация места и роли печатных СМИ в современном политическом процессе Российской Федерации // Соавтор - проф. Егоров В.Г. //Институт диаспоры и интеграции (Институт стран СНГ). - 2011. - 192 с.

Другие публикации:

1. Иванов В.К. Манипуляция сознанием человека через печатные СМИ //Вопросы гуманитарных наук. - 2011. №6. (0,5 п.л.)
2. Иванов В.К. Место и роль печатных СМИ в избирательных кампаниях //Актуальные проблемы современной науки. - 2011. №6. (0,5 п.л.)

Подписано в печать 30.12.2011г.
Бумага офсетная. Печать офсетная. Формат 300x420/ 1/4
Тираж 100 экз. Заказ № 503

Отпечатано с готового оригинал-макета
в типографии завода ООО “Ликийский автобус”
ИП Атрахименок
142671, Московская область
г. Ликино-Дулёво, ул. Калинина, д. 1