

31

На правах рукописи

Дем

ДЕМУШИНА ОЛЬГА НИКОЛАЕВНА

**РЕГУЛИРОВАНИЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ РЕГИОНАЛЬНЫХ
ИНСТИТУТОВ ВЛАСТИ И СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
В РОССИИ И ГЕРМАНИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ**

Специальность 22.00.08 – Социология управления

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени

кандидата социологических наук



Волгоград – 2009

Работа выполнена в Федеральном государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Волгоградская академия государственной службы»

Научный руководитель: кандидат исторических наук, доцент
Лысенко Галина Васильевна

Официальные оппоненты: доктор философских наук, профессор
Василенко Инна Викторовна

кандидат социологических наук,
Иванова Екатерина Александровна

Ведущая организация: Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова, социологический
факультет

Защита состоится 27 февраля 2009 года в 14.00 на заседании диссертационного совета Д.502.002.01 при ФГОУ ВПО «Волгоградская академия государственной службы», по адресу: 400131, Волгоград, ул. Гагарина, 8, ауд. 204, ФГОУ ВПО «Волгоградская академия государственной службы».

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале библиотеки Федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Волгоградская академия государственной службы».

Автореферат размещён на официальном сайте ФГОУ ВПО «Волгоградская академия государственной службы» - <http://www.vags.ru>

Автореферат разослан « 23 » января 2009 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета Д.502.002.01



Е.Г. Олейникова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. В современном медиатизированном обществе характер взаимоотношений власти и средств массовой информации оказывает влияние на направленность и глубину социальных процессов, определяет качество социальных связей. Социальная реальность в современном мире, по мнению ряда исследователей (Н. Луман, Э. Гидденс, Ю. Хабермас), конституируется коммуникациями, а общество трактуется как самовоспроизводящаяся структура, приобретающая целостный характер, благодаря коммуникативному взаимодействию его членов. Роль власти в конституировании социальной реальности заключается в том, что именно она определяет и формирует культурные смыслы, передающиеся в процессе массовой коммуникации. Агенты медийного поля выполняют функцию посредника в процессе передачи культурных смыслов, доведения смысловых посланий до аудитории.

Выступая в качестве канала передачи информации, масс-медиа не ограничиваются ролью посредника. Имея возможность конструировать социальную реальность с помощью символов, СМИ обладают способностью влиять на массовое сознание, то есть символической властью – властью конструирования мира. В приобретении и удержании этой власти также заинтересованы акторы политического поля. Именно поэтому институты власти стремятся к установлению контроля над медийным полем, используя для этого свои регулятивные возможности.

Существуют две модели построения регулятивных взаимоотношений институтов власти и СМИ. Первая из них предусматривает жёсткое регулирование деятельности медийного поля, когда акторы власти имеют широкие возможности влияния на организационные и содержательные аспекты функционирования СМИ. Вторая предполагает «мягкое», по выражению П. Штомпки, поле взаимоотношений относительно равноправных акторов, имеющих возможности принимать участие в конструировании стратегий деятельности медийного поля. Первая модель характерна для России, где контролирующими функциями обладают институты власти, осуществляющие регулирование медийного поля с помощью финансовых и административных ресурсов, находящихся в их распоряжении.

По результатам исследований, в настоящее время ситуация на медийном поле России характеризуется экономической и политической зависимостью средств массовой информации от институтов власти, которую президент РФ Д. Медведев назвал «порабощением СМИ административным аппаратом»¹. Акторы поля власти используют способность масс-медиа конструировать социальную реальность для поддержания собственной легитимности.

¹ Выступление Президента России Д. А. Медведева на встрече с представителями политических, парламентских и общественных кругов Германии [Электронный ресурс] // Сайт посольства Российской Федерации в Латвийской республике // Режим доступа : http://www.latvia.mid.ru/news/ru/08_015.html, свободный. – Загл. с экрана.

Подконтрольные СМИ позитивно освещают деятельность субъектов власти, формируют их имидж и репутацию. Существующая ситуация привела к тому, что аудитория как агент социального пространства имеет ограниченные возможности принимать участие в формировании информационного поля и, следовательно, формулировать своё видение социальной реальности. Акторы общества, не располагая достаточными ресурсами, не могут повлиять на действия властных структур и не имеют возможности их контролировать. В таких условиях взаимодействие в системе «власть-общество», опосредованное масс-медиа, сводится к простому информированию граждан, побуждению их к определённым действиям, выгодным институтам власти. При этом средства массовой информации, занимаясь созданием и накоплением символического капитала для институтов власти, не заинтересованы во всестороннем освещении действительности, в предоставлении качественных информационных услуг гражданам.

Следствием этих процессов является, с одной стороны, усиление давления государства на средства массовой информации, а с другой стороны, утрата доверия к масс-медиа со стороны общества. В таких условиях эффективная коммуникация в обществе является труднодостижимой, при этом СМИ утрачивают роль посредника в данном процессе.

Представляется очевидной необходимость корректировки существующей модели взаимоотношений институтов власти и масс-медиа в России, характеризующейся доминированием государства на медийном поле страны. В этих условиях интерес представляет вторая стратегия регулятивных отношений институтов власти и СМИ, сложившаяся во второй половине двадцатого века в европейских странах. По утверждению ряда исследователей, наиболее эффективная модель сформирована в Германии, где взаимодействие субъектов власти и средств массовой информации носит двусторонний симметричный характер, все агенты социального пространства имеют относительно равный доступ к ресурсам и соответственно возможности оказывать влияние на агентов других полей. Основным субъектом регулятивного воздействия на медийное поле в Германии является общество, права государства в этой сфере серьёзно ограничены. Международный институт печати в Лондоне характеризует Федеративную Республику Германии как «одну из немногих стран, где государство уважает сильную позицию свободной прессы».¹

В связи с этим в данном диссертационном исследовании основное внимание уделяется сравнительному анализу региональных медиасистем России и Германии. Исследование закономерностей функционирования региональных СМИ определяется значимостью регионального фактора в современных условиях. По утверждению исследователей, прослеживается чётко выраженная тенденция к превращению регионализма в общемировую тенденцию, в контексте которой регионы начинают играть всё более

¹ Устинович, Е. С. У истоков информационной политики в ФРГ [Текст] / Е. С. Устинович // Средства массовой информации: состояние и тенденции развития / отв. ред. Т. П. Сухомлинова. – М. : Изд-во РАГС, 2001. – С. 61.

возрастающую роль в жизни различных стран и народов. Это относится и к медийной сфере, где в последнее время отмечается повышение внимания населения к региональным СМИ как основному источнику информации о местных событиях.

Выбор зарубежной страны в качестве объекта сравнительного анализа обусловлен следующими причинами:

- 1) высокой степенью влияния ФРГ в европейском и мировом сообществе;
- 2) схожестью типов государственного устройства, в основу которого положен принцип федерализма;
- 3) эффективностью сложившейся в Германии модели взаимоотношений основных субъектов медийного поля - институтов власти, средств массовой информации и общественных структур;
- 4) высокой степенью доверия граждан к акторам государства и медийного поля;
- 5) активным развитием российско-германского сотрудничества.

На выбор земли Северный Рейн-Вестфалия в качестве анализируемого субъекта федерации повлияли следующие факторы:

1) Медийное поле земли Северный Рейн-Вестфалия является типичной медиасистемой Германии, в которой представлены все виды региональных средств массовой информации, существующие в ФРГ. Географическое положение земли (в центре Германии) не предполагает влияния других стран на основные аспекты её жизни, что делает типичными условия её существования.

2) Анализ медийного поля данной земли представляет интерес, поскольку на территории этого субъекта федерации находятся самые известные и успешные региональные медиа предприятия Германии.

Исследование характера и механизмов взаимоотношений власти и СМИ являлось предметом рассмотрения многих учёных, начиная со второй половины XX века. Эта проблема и в настоящее время продолжает интересовать исследователей. Однако анализ многочисленной отечественной литературы и зарубежных исследований последних лет показывает, что до сих пор не выработаны системные представления, отсутствуют монографические труды, посвящённые комплексному исследованию регулятивных взаимоотношений институтов власти и средств массовой информации. Кроме того, в исследованиях, посвящённых данной проблематике, внимание уделяется, как правило, процессу взаимодействия власти и масс-медиа на федеральном уровне. Социологический анализ функционирования региональных средств массовой информации и их взаимоотношений с региональными органами власти пока не нашёл своего места в научном поиске. Существенный вклад в теоретическую разработку данной проблемы может внести анализ опыта зарубежных стран, в которых сформирована эффективная модель взаимоотношений власти и масс-медиа. Однако до сих пор не было предпринято попыток сравнительного анализа российской и иностранной систем регулирования медийного поля. Этими обстоятельствами обусловлена актуальность данного исследования

Степень научной разработанности темы. Интерес к изучению процесса взаимодействия институтов власти и средств массовой информации активизировался во второй половине XX века, когда пришло понимание необходимости выстраивать отношения между этими акторами социального пространства на основе двухстороннего, относительно равноправного взаимодействия. В этот период появились исследования, посвящённые анализу коммуникативных основ власти.

О власти как о коммуникативном процессе пишут многие зарубежные учёные. Х. Арендт¹ и Т. Парсонс² полагают, что коммуникативный характер власти является средством поддержания целостности социальной системы. Немецкий социолог Н. Луман³ рассматривает всю сферу властных отношений как систему коммуникаций. Основную цель власти учёный видит в регулировании процесса взаимодействия между акторами социального пространства. Ю. Хабермас⁴, основатель теории коммуникативного действия, главным элементом своей теории считает коммуникацию, которую он рассматривает как истинное средство на пути к согласию в обществе. По мнению Э. Гидденса⁵, власть – это возможность выбора действия из множества альтернатив.

Рассмотрение власти как коммуникативного процесса повлекло за собой изменение статуса участников управленческого взаимодействия. Анализ коммуницирующих акторов в процессе властного взаимодействия предпринимался в работах Б. А. Грушина, П. Бурдьё, Э. Гидденса, И. А. Климова⁶.

Исследование власти как коммуникативного процесса, представляющего собой взаимодействие управляющих и управляемых, предполагает изучение его основных элементов, к числу которых принадлежит сообщение. Ряд авторов рассматривает этот компонент коммуникативного процесса как средство воздействия на сознание и поведение реципиента. (Б. А. Грушин, Ж. Дюран)⁷. Исследователи роли сообщения в коммуникативном процессе обычно понимают под ним закодированную информацию, которую получатель должен расшифровать. В данном диссертационном исследовании рассматриваются

¹ Болл, Т. Власть [Текст] / Т. Болл // Политические исследования. – 1993. - № 5. – С. 36.

² Власть : очерки современной политической философии Запада [Текст] / отв. ред. В. В. Мшвениерадзе. – М. : Наука, 1989. – С. 150.

³ Луман, Н. Власть [Текст] / Н. Луман. – М. : Практис, 2001.

⁴ Хабермас, Ю. Теория коммуникативного действия [Текст] / Ю. Хабермас // Вестник Московского университета. Серия 7, Философия. – 1993. - №4. – С. 43 – 63.

⁵ Гидденс, Э. Элементы теории структуриации [Текст] / Э. Гидденс // Современная социальная теория: Бурдьё, Гидденс, Хабермас. – Новосибирск : Изд-во Новосибирского ун-та, 1995. – С. 40 – 71.

⁶ Массовая информация в советском промышленном городе: опыт комплексного социологического исследования [Текст] / под общ. ред. Б. А. Грушина, Л.А. Оникова.- М. : Политиздат, 1980. – 446 с. Бурдьё, П. Структура, габитус, практика [Электронный ресурс] / П. Бурдьё // Современная социальная теория: Бурдьё, Гидденс, Хабермас. – Новосибирск: Изд-во Новосибирского ун-та, 1995. – С. 16 – 31. Гидденс, Э. Элементы теории структуриации [Текст] / Э. Гидденс // Современная социальная теория: Бурдьё, Гидденс, Хабермас. – Новосибирск : Изд-во Новосибирского ун-та, 1995. – С. 40 – 71. Климов, И. А. В поисках субъекта действия [Электронный ресурс] / И. А. Климов // Социальная реальность. – 2006. - № 12. – С. 92 - 97 // Режим доступа : <http://socreal.fom.ru>, свободный. – Загл. с экрана.

⁷ Массовая информация в советском промышленном городе: опыт комплексного социологического исследования [Текст] / под общ. ред. Б. А. Грушина, Л.А. Оникова.- М. : Политиздат, 1980. – 446 с. Связи с общественностью в политике и государственном управлении [Текст] / под общ. ред. В. С. Комаровского. - М. : Изд-во РАГС, 2001. – 520 с.

подходы к понятию «код» таких учёных как К. Шеннон, У. Уивер, П. Якобсон, У. Эко, Ю. М. Лотман¹. Н. Луман исследует код как механизм управления процессом коммуникации². С. Холл, анализируя стадии процесса декодирования медиа-сообщения, делает вывод, что декодированный смысл не всегда совпадает с закодированным³.

Понимание коммуникации как процесса взаимодействия относительно равноправных акторов актуализировало интерес к обратной связи, исследованием которой занимались Н. Винер, К. Дойч, Э. Гидденс, Б. Уэстли, М. Маклин⁴. Французский учёный Г. Дебор обращает внимание на проблему отсутствия обратной связи в процессе социальной коммуникации, подчёркивая, что в современном обществе она приобрела односторонний характер⁵.

Во второй половине XX и в начале XXI века в социологии актуализировался интерес к исследованию средств массовой информации как основного посредника в процессе взаимодействия власти и общества. При этом дискуссии вызывает содержательная наполненность и терминологическая неопределенность понятия «СМИ» и его синонимов «СМК» и «масс-медиа». В современной литературе существует ряд попыток найти наиболее точный термин, характеризующий суть описываемого явления. В этом направлении работали такие исследователи, как М. М. Назаров, К. Х. Каландаров, М. В. Шкондин, Г. В. Лысенко, С. В. Коновченко⁶. Факторы и особенности функционирования отечественных, в том числе региональных СМИ в современном обществе анализировали А. А. Грабельников, И. И. Засурский, М. М. Назаров⁷. Системные характеристики СМИ как полифункционального социального института освещены в работах Г. Лассуэлла, П. Лазарсфельда,

¹ Шеннон, К. Работы по теории информации [Текст] / К. Шеннон – М. : Иностранная литература, 1966. – 369 с. Основы теории коммуникации : учебник [Текст] / М. А. Василек [и др.]; под ред. М. А. Василека. – М. : Гардарика, 2006. – С. 131. Лысенко, Г. В. Средства массовой коммуникации [Текст] / Г. В. Лысенко. – Волгоград: Изд-во ГОУ ВПО «ВАГС», 2005. – С. 53. Кашкин, В. Б. Введение в теорию коммуникации : учебное пособие [Электронный ресурс] / В. Б. Кашкин. – Воронеж : Изд-во ВГГУ, 2000. – 175 с. // Режим доступа : <http://kashkine.narod.ru>, свободный. – Загл. с экрана. Лотман, Ю. М. Избранные статьи : в 3 т. [Текст] / Ю. М. Лотман. – Tallinn : Александра, 1993. – С. 161.

² Луман, Н. Власть [Текст] / Н. Луман. – М. : Праксис, 2001. – 265 с.

³ Мак-Куэйл, Д. Модель кодирования/декодирования С.Холла [Электронный ресурс] / Д. Мак-Куэйл, С. Виндал Виндал // Режим доступа : <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/hall.htm>, свободный. – Загл. с экрана.

⁴ Винер, Н. Кибернетика, или Управление и связь в животном и машине [Текст] / Н. Винер. – М. : Наука, 1983. – 343 с. Винер, Н. Человек управляющий [Текст] / Н. Винер. – СПб. : Питер, 2001. – 288 с. Дойч, К. Нервы управления. Модель политической коммуникации. [Текст] / К. Дойч. – М. : Политиздат, 1963. – 317 с. Гидденс, Э. Элементы теории структуры [Текст] / Э. Гидденс // Современная социальная теория: Бурдьё, Гидденс, Хабермас. – Новосибирск : Изд-во Новосибирского ун-та, 1995. – С. 40 – 71. Лысенко, Г. В. Средства массовой коммуникации [Текст] / Г. В. Лысенко. – Волгоград: Изд-во ГОУ ВПО «ВАГС», 2005. – 268с.

⁵ Дебор, Г. Общество спектакля [Электронный ресурс] / Г. Дебор / пер. с фр. С. Офертаса, М. Якубович. – М. : Логос, 1999. – 224 с. // Режим доступа : <http://www.avtonom.org/lib/theory/debord>, свободный. – Загл. с экрана.

⁶ Назаров, М. М. Массовая коммуникация и общество [Текст] / М. М. Назаров. – М. : АВАНТИПЛЮС, 2004. – 428 с. Каландаров, К. Х. Управление общественным сознанием. Роль коммуникативных процессов [Текст] / К. Х. Каландаров. – М. : Гуманитарный центр «Монолит», 1998. – 80 с. Шкондин, М. В. СМК и СМИ как понятия журналистики [Текст] / М. В. Шкондин // Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика. – 2002. – № 2. – С. 33 – 38. Лысенко, Г. В. Средства массовой коммуникации [Текст] / Г. В. Лысенко. – Волгоград: Изд-во ГОУ ВПО «ВАГС», 2005. – 268с. Коновченко, С. В. Информационная политика в России: монография [Текст] / С. В. Коновченко, А. Г. Киселев. – М. : Изд-во РАГС, 2004. – 524 с.

⁷ Грабельников, А. А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий. Итоги и перспективы: монография : монография [Текст] / А. А. Грабельников. – М. : Изд-во РИП-Холдинг, 2001. – 336 с. Засурский, И. И. Масс-медиа второй республики [Текст] / И. И. Засурский. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1999. – 272 с. Назаров, М. М. Массовая коммуникация и общество [Текст] / М. М. Назаров. – М. : АВАНТИПЛЮС, 2004. – 428 с.

Р. Мертон, А. А. Чичановского, П. В. Бандакова, Т. В. Науменко¹, которые исследовали функциональное назначение средств массовой информации.

Роль СМИ в процессе легитимации субъектов поля власти вызывает интерес разных научных школ и направлений. Среди социологических теорий особое значение для диссертационного исследования имели концепции Т. Парсонса, представителей феноменологического направления в социологии П. Бергера и Т. Лукмана, французского социолога П. Шампана, немецкого учёного Ю. Хабермаса, которые определили факторы, влияющие на условия возникновения и функционирования процесса легитимации власти в обществе². Авторы констатировали основное условие легитимности власти – её признание со стороны общества, а не принуждение. К такому же выводу пришли учёные русской социологической школы, исследовавшие механизмы взаимодействия власти и общества³.

В исследовании влияния масс-медиа на массовое сознание можно выделить два направления. Представители первого (М. Маклюэн, А. И. Соловьёв, У. Липпман, С. Холл)⁴, отмечая способность СМИ конструировать реальность, наделяют СМИ собственной субъектностью, видя в них не просто посредника в процессе передачи информации, а самостоятельного актора поля власти. При этом ряд исследователей (Г. Дебор, Т. Адорно, Д. Крото) обращает внимание на негативные последствия перехода общества от объективной реальности к искусственно сконструированной⁵. Странники другого подхода (И. М. Дзялошинский, О. В. Гаман-Голутвина, И. А. Лукьянова, А. И. Юрьев, Ч. Милле) не склонны видеть в масс-медиа субъекта социальных отношений,

¹ Назаров, М. М. Массовая коммуникация и общество [Текст] / М. М. Назаров. – М.: АВАНТИПЛИУС, 2004. – 428 с. Чичановский, А. А. Средства массовой информации и власть [Текст] / А. А. Чичановский // Диалог. – 1995. – № 5 - 6. – С. 124 – 139. Бандаков, П. В. Особенности политической массовой коммуникации в постсоветских региональных СМИ: дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04. [Текст] / П. В. Бандаков. – Н. Новгород, 2004. – 157 с. Науменко, Т. В. Функция журналистики и функции СМИ [Электронный ресурс] / Т. В. Науменко // Credo. – 2000. – №2 // Режим доступа : //http://www.orenburg.ru/culture/credo/20/naumenko.html, свободный. – Загл. с экрана.

² Власть : очерки современной политической философии Запада [Текст] / отв. ред. В. В. Швейцеральде. – М.: Наука, 1989. – 328 с. Бергер, П. Социальное конструирование реальности: трактат по социологии знания [Текст] / П. Бергер, Т. Лукман. – М.: Медиум, 1995. – 323 с. Шампань, П. Делать мнение: новая политическая игра [Текст] / П. Шампань. – М.: Socio-Logos, 1997. – 335 с. Хабермас, Ю. Теория коммуникативного действия [Текст] / Ю. Хабермас // Вестник Московского университета. Серия 7, Философия. – 1993. – №4. – С. 43 – 63.

³ Общество и власть: проблемы взаимодействия [Текст] / отв. ред. В. Д. Виноградов. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2006. – С. 21 – 22.

⁴ Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека [Текст] / М. Маклюэн. – М.: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2003. – 464 с. Соловьёв, А. И. Политический дискурс медиакратии: проблемы информационной эпохи [Текст] / А. И. Соловьёв // Полис. – 2004. – № 2. – С. 124 – 132. Дьякова, Е. Г. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов [Текст] / Е. Г. Дьякова, А. Д. Трахтенберг. – Екатеринбург: УрО РАН, 1999. – 130 с. Мак-Куэйл, Д. Модель кодирования/декодирования С.Холла [Электронный ресурс] / Д. Мак-Куэйл, С. Виндал // Режим доступа : //http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/hall.htm, свободный. – Загл. с экрана

⁵ Дебор, Г. Общество спектакля [Электронный ресурс] / Г. Дебор / пер. с фр. С. Офертаса, М. Якубович. – М.: Логос, 1999. – 224 с. // Режим доступа : http://www.avtonom.org/lib/theory/debord, свободный. – Загл. с экрана. Назаров, М. М. Массовая коммуникация и общество [Текст] / М. М. Назаров. – М.: АВАНТИПЛИУС, 2004. – 428 с. Тузиков, А. Р. Масс-медиа: идеология видимая и невидимая [Текст] / А. Р. Тузиков // Полис. – 2002. – № 5. – С. 123 – 133.

а рассматривают их как инструмент управления обществом в руках более могущественных акторов социального пространства¹.

Исследуя характер взаимоотношений власти и СМИ, трудно обойти вниманием основные модели взаимодействия этих акторов социального пространства. В данном диссертационном исследовании рассматриваются наиболее известные теории взаимоотношений власти и СМИ, сложившиеся в мировой практике – Ф. Сиберта, У. Шрамма, Т. Питерсона, Р. Уильямса². Разновидностью взаимодействия власти и масс-медиа являются регулятивные взаимоотношения. Большое количество отечественных и зарубежных исследований посвящено анализу понятия «регулирование» и его соотношению с термином «управление». Немалый интерес также вызывает исследование основных методов регулятивного воздействия на медийное поле – нормативно-правовых, экономических и административных. Изучение нормативно-правового поля, его роли в социальном пространстве привлекает внимание Э. Дюркгейма, П. Штомпки, Т. Бернса и Е. Флэм³. Е. Л. Варганова, Р. Пикар обращаются к анализу средств экономической медиаполитики⁴. Е. П. Прохоров, М. Скэммелл исследуют административные методы регулирования деятельности СМИ, в т.ч. цензуру⁵. Так как целью настоящей диссертационной работы является сравнительный анализ российской и немецкой моделей регулятивных взаимоотношений власти и СМИ, то особый интерес в процессе исследования представляли работы, предметом рассмотрения которых, была немецкая медиасистема. Закономерности её функционирования и взаимодействия с институтами власти освещались в работах российских и немецких исследователей: Х. Майна, Ю. Вильке, У. Сарчинелли, О. Альтендорфера, Х. Хеллака, Д. Крише, Г. Лутча, У. Лудвига, М. Розенбаха,

¹ Дзялошинский, И. М. СМИ, власть и гражданское общество в регионе [Текст] / И. М. Дзялошинский. – М. : Пульс, 2002. – 44 с. Современные тенденции развития символического пространства политики и концепт идеологии: материалы дискуссии [Текст] // Полис. - 2004. - № 4. – С. 28 – 51. Лукьянова, И. А. Так всё-таки манипуляция или сотрудничество? [Текст] / И. А. Лукьянова // Материалы семинара национального института прессы. – Самара, 2000. Юрьев, А. И. Выборы глазами политического психолога [Текст] / А. И. Юрьев // Власть. – 1996. - № 4. – С. 15-24. Миллс, Ч. Инертное общество [Текст] / Ч. Миллс // Властвующая элита. - М. : Инстр. лит., 1959. – 543 с.

² Сиберт, Ф. Четыре теории прессы [Текст] / Ф. Сиберт, У. Шрамм, Т. Питерсон. – М. : Вагриус, 1998. – 244с. Засурский, И. И. Масс-медиа второй республики [Текст] / И. И. Засурский. - М. : Изд-во Моск. ун-та, 1999. – 272 с.

³ Дюркгейм, Э. Метод социологии [Текст] / Э. Дюркгейм // Западно-европейская социология XIX - начала XX веков : тексты. - М. : Изд-во МУБиУ, 1996. - С. 256 – 309. Штомпка, П. Социология социальных изменений [Текст] / П. Штомпка. - М. : Аспект Пресс, 1996. – 415 с. Burns, T. The Shaping of Social Organization [Text] / T. Burns, H. Flam. - Beverly Hills: Sage, 1987.

⁴ Варганова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран: учебное пособие [Текст] / Е.Л. Варганова. - М. : Аспект Пресс, 2003. - 335 с.

⁵ Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики [Текст] / Е. П. Прохоров – М. : изд-во РИП-холдинг, 2002. – 322 с. Скэммелл, М. Цензура и её история. Личный взгляд на проблему [Электронный ресурс] / М. Скэммелл // Режим доступа : <http://www.hrighs.ru/text/b4/Chapter5.htm>, свободный. – Загл. с экрана.

В. Д'Инка, Е. Л. Вартановой, Г. Ф. Вороненковой, А. Б. Венгерова, В. К. Вершининой, Е. С. Устинович, В. Д. Фатыминой¹.

Следует отметить, что основное внимание в представленном диссертационном исследовании уделяется региональным СМИ, что предполагает анализ основных подходов к понятию «регион» в России и Германии. Для данной работы интерес представляют концепции Р. Ф. Туровского, И. М. Бусыгиной, О. М. Барбакова².

Цель настоящего диссертационного исследования состоит в сравнительном анализе моделей регулятивных взаимоотношений региональных институтов власти и средств массовой информации в России и Германии для выработки рекомендаций по совершенствованию существующей в РФ модели взаимодействия власти и СМИ на региональном уровне.

В соответствии с целью исследования были сформулированы следующие задачи:

1. проанализировать теоретические и методологические подходы к изучению коммуникативных аспектов понятия «власть»;
2. исследовать роль средств массовой информации в процессе легитимации институтов власти;
3. выявить основные закономерности коммуникативного взаимодействия акторов поля власти и медийного поля;

¹ Meyn, H. Massenmedia in der Bundesrepublik Deutschland [Текст] / H. Meyn. – Berlin. - Colloquium Verlag. - 1990. – 223 s. Wilke, J. Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland [Текст] / J. Wilke. - Bonn. – 1999. Sarcinelli, U. Alte Medien – neue Medien [Текст] / U. Sarcinelli // Die politische Meinung. – Bonn, 1999. – 44 Jg., № 351. Altendorfer, O. Mediensystem der BRD [Текст] / O. Altendorfer. – Wiesbaden, 1999. Hellak, H. Presse, Rundfunk und Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland [Текст] / H. Hellak. - Inter Nationes, 1992–2004. Cziesche, D. Zwangsjacke für die Presse [Текст] / D. Cziesche, G. Latsch, U. Ludwig, M. Rosenbach // Spiegel. - № 35. - 23.08.04. - S. 140 – 143. D'Inka, W. Journalism between public mission and market orientation // Shaping Tomorrow's Media Systems [Текст] / W. D'Inka. – Moscow: Moscow State University, 2004. – P. 60 – 62. Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран: учебное пособие [Текст] / Е.Л. Вартанова. - М.: Аспект Пресс, 2003. - 335 с. Вороненкова, Г. Ф. О взаимоотношениях государственных органов и средств массовой информации в Федеративной Республике Германии [Текст] / Г. Ф. Вороненкова // Вестник Московского Университета. - Сер. 10.- Журналистика.- 1992. - № 6. - С. 70 – 75. Вороненкова, Г. Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листа до информационного общества (национальное своеобразие СМИ Германии) [Текст] / Г. Ф. Вороненкова. - М.: Языки русской культуры, 1999. – 272 с. Вороненкова, Г. Ф. СМИ Германии на рубеже столетий [Текст] / Г. Ф. Вороненкова // Зарубежная журналистика накануне XXI века : сб. статей / под ред. Я. Н. Засурского. – М.: МГУ, факультет журналистики, 2003. – Ч. 2. – С. 38 – 57. Венгеров, А. Б. Опыт обеспечения свободы массовой информации и регулирования деятельности прессы в ФРГ [Электронный ресурс] / А. Б. Венгеров // Режим доступа : <http://www.mediasprut.ru>, свободный. – Загл. с экрана. Устинович, Е. С. Связи с общественностью в государственном управлении Германии [Текст] / Е. С. Устинович / под ред. Т. П. Сухомлиновой, В. В. Воробьева. – Киев, 2003. – 112 с. Устинович, Е. С. У истоков информационной политики в ФРГ [Текст] / Е. С. Устинович // Средства массовой информации: состояние и тенденции развития / отв. ред. Т. П. Сухомлинова. – М.: Изд-во РАГС, 2001. – С. 60 – 72. Фатымина, В. Д. Экономические проблемы в ежедневной прессе ФРГ [Электронный ресурс] / В. Д. Фатымина // Акценты. – 2005. - № 3-4. – С. 73 – 85 // Режим доступа : http://www.relga.rsu.ru/n66/jur66_1.htm, свободный. – Загл. с экрана.

² Бусыгина, И. М. Федерализм и региональное разнообразие в Германии – попытка объяснения характера взаимодействия [Текст] / И. М. Бусыгина // Регион в составе федерации: политика, экономика, право : монография / под ред. А. С. Макарычева. – Н. Новгород : Изд-во ННГУ, 1999. Барбаков, О. М. Регион как объект управления [Текст] / О. М. Барбаков // Социологические исследования. – 2002. - № 7. – С. 96 – 100. Туровский, Р. Ф. Бремя пространства как политическая проблема России [Электронный ресурс] / Р. Ф. Туровский // Логос. - 2005. - №1. – С. 124 - 171 // Режим доступа : http://regionalistica.ru/library/articles/rft_frip, свободный. – Загл. с экрана.

4. провести сравнительный анализ структуры и особенностей функционирования региональных СМИ Волгоградской области и земли Северный Рейн-Вестфалия;
5. исследовать основные аспекты регулятивного воздействия органов власти на региональное медийное поле России и Германии;
6. проанализировать основные формы взаимодействия региональных институтов власти и СМИ в России и Германии;

Объект исследования: модели регулятивных взаимоотношений региональных институтов власти и СМИ в России и Германии.

Предметом диссертационного исследования являются факторы и критерии, определяющие модели регулятивных взаимоотношений региональных институтов власти и средств массовой информации в России и Германии.

Методологическую и теоретическую основу диссертации составляют принципы и положения системного, структурно-функционального, конструктивистского, институционального и постмодернистского подходов. При рассмотрении систем регулирования взаимодействия власти и СМИ в России и Германии используется метод сравнительного анализа.

За основу принимаются работы отечественных и зарубежных учёных в таких отраслях научного знания, как социология управления, социология средств массовой коммуникации, политология, социальная психология.

Гипотеза исследования. Средства массовой информации выполняют в обществе роль посредника, обеспечивающего коммуникативные связи между всеми социальными институтами. На качество и устойчивость данных связей оказывают влияние отношения, которые складываются между институтами власти и СМИ. Существуют различные модели взаимоотношений власти и масс-медиа. В некоторых странах, например в Германии, эти отношения устанавливаются и регулируются как органами власти, так и общественными структурами, что обеспечивает высокую степень доверия населения к средствам массовой информации, которое способствует повышению легитимности институтов власти и формирует таким образом устойчивую систему коммуникативных связей в обществе. В России, институты власти, сознавая возможности влияния СМИ на массовое сознание, стремятся к установлению контроля над медийным полем, используя для этого финансовые и административные капиталы. В результате аудитория, которая является активным субъектом социального пространства в Германии, в нашей стране остаётся за рамками коммуникативного взаимодействия власти и СМИ. Это снижает качество социальных связей в обществе, препятствует эффективной коммуникации между акторами социального пространства.

Эмпирическая база исследования представлена данными экспертного опроса, проведённого автором в мае-июне и ноябре-декабре 2007 года. Экспертный опрос чиновников и журналистов Волгоградской области, а также чиновников, журналистов и представителей общественности земли Северный Рейн-Вестфалия помог обосновать выводы о характере и формах взаимоотношений институтов власти и СМИ России и Германии, о степени государственного вмешательства в деятельность региональных медийных полей этих стран. Использование результатов опроса способствовало получению эмпирической информации по проблеме диссертационного исследования, что позволило обосновать сделанные выводы.

В процессе работы над диссертацией был использован комплекс нормативно-правовых актов Российской Федерации и Федеративной Республики Германии: Конституции РФ и ФРГ, федеральные законы РФ «О средствах массовой информации», «Об информации, информатизации и защите информации», Концепция государственной информационной политики РФ, законы Волгоградской области «О финансовом обеспечении официальных публикаций», «О грантах», Концепция информатизации Волгоградской области», законы земли Северный Рейн-Вестфалия «О прессе» и «Об электронных СМИ», правила аккредитации журналистов при органах власти Волгоградской области. Данные нормативно-правовые акты представляют государственную информационную политику в России и Германии, помогают сделать вывод о её приоритетах в каждой из анализируемых стран.

Кроме того, в диссертационном исследовании использовались материалы периодической печати и Web-страниц Интернета, опубликованные данные статистики, социологических и экспертных опросов, характеризующие сложившиеся взаимоотношения власти и СМИ России и Германии.

Научная новизна представленной диссертационной работы заключается в том, что впервые проведён сравнительный анализ моделей регулятивных взаимоотношений региональных институтов власти и СМИ в России и Германии.

В ходе работы над диссертационным исследованием:

- уточнено соотношение понятий, обозначающих основных участников коммуникативного процесса - «актор», «агент», «субъект»;
- акцентировано внимание на двойственную роль СМИ, с одной стороны, обладающих собственной субъектностью, благодаря способности конструировать реальность, с другой стороны, выполняющих для институтов власти роль инструмента воздействия на общество;
- в ходе сравнительного социологического исследования выявлены основные характеристики медийных полей Волгоградской области и земли Северный Рейн-Вестфалия;

- разработана схема, представляющая организационную структуру управленческих взаимоотношений институтов власти и СМИ в России и Германии на федеральном и региональном уровне;
- на основе компаративного анализа нормативно-правовых актов России и Германии, а также результатов эмпирического исследования дана оценка информационной политике исследуемых стран;
- выявлены различия в структуре методов регулирования медийных полей России и Германии; в частности, установлено, что медиасистема земли Северный Рейн-Вестфалия регулируется нормами социальной ответственности, правовыми актами и законами рыночной экономики, в то время как в структуре методов регулирования деятельности СМИ Волгоградской области зафиксировано преобладание административной составляющей, что позволяет трактовать регулятивное воздействие на СМИ Волгоградской области как жёсткую детальную регламентацию всех аспектов их деятельности;
- в результате сравнительного анализа форм взаимодействия институтов власти и средств массовой информации Волгоградской области и земли Северный Рейн-Вестфалия выявлена асимметричность характера взаимоотношений между этими акторами социального пространства в России и сбалансированность коммуникации власти и СМИ в Германии.

В результате исследовательской работы диссертант пришел к ряду **выводов**, которые подлежат обсуждению и защите:

1) Власть носит асимметричный односторонний характер, поскольку представляет собой управленческое воздействие на объект с помощью сконструированных сообщений, при этом не всегда уделяется внимание обратной связи. Исследование коммуникативных аспектов власти помогает понять её не как жёсткое принуждение, а как взаимообмен смысловыми посланиями.

2) Коммуникативный характер управленческого воздействия позволяет трактовать его участников как относительно равноправных акторов (агентов) социального пространства, каждый из которых имеет возможность конституировать реальность с учётом своих возможностей, имеющихся ресурсов, а также исторического прошлого, влияющего на социокультурные характеристики данного агента.

3) Масс-медиа как основной посредник в системе коммуникации власть – общество выполняют двойственную роль в данном процессе. С одной стороны, имея возможность формировать культурные смыслы, СМИ выступают в качестве активного субъекта коммуникативного процесса. Но, с другой стороны, способность масс-медиа конструировать реальность используют

другие акторы социального пространства, в первую очередь, властные структуры, которые стремятся оказать влияние на общество для поддержания собственной легитимности и используют для этого СМИ.

4) На региональном медийном поле России существуют два типа СМИ – государственные и коммерческие, что порождает проблему экономической и организационной зависимости масс-медиа от их учредителей - институтов власти или финансовых групп. Основные черты медиасистемы Германии – независимость от государства, представление интересов всех социальных групп общества, максимальное вовлечение аудитории в процесс формирования информационных потоков региона, поэтому в Германии преобладают коммерческие, общественно-правовые масс-медиа и СМИ открытого доступа.

5) Основными регулирующими функциями в медийной сфере Российской Федерации обладают органы исполнительной власти федерального и регионального уровня; в Германии регулирование деятельности СМИ, формирование информационной политики государства относится к компетенции общественных структур и осуществляются в пределах правового поля. Институты власти Российской Федерации, регулирующие деятельность СМИ, активно используют финансовый и административный ресурсы для влияния на содержательную политику региональных СМИ, выходя при этом за рамки нормативно-правового поля.

6) В России порядок взаимодействия власти и СМИ устанавливают институты власти. В результате характер взаимоотношений носит ассиметричный характер, значительно усложняющий процесс создания и функционирования масс-медиа, а также доступ журналистов к информации. В Германии, напротив, основная цель взаимодействия власти и медийного поля – оказание содействия масс-медиа в предоставлении информации, при этом никакого разрешения на доступ к информации или создание нового СМИ от органов власти не требуется.

Практическая значимость предлагаемого диссертационного исследования заключается в том, что его основные результаты и выводы могут быть использованы в качестве основы для подготовки рекомендаций по совершенствованию существующей в России системы регулятивных взаимоотношений институтов власти и СМИ. Данные, полученные в ходе теоретического и эмпирического анализа, могут быть включены в разработку таких учебных дисциплин, как «Социология управления», «Политическая социология», «Социология массовой коммуникации», «Управление общественными отношениями», а также использоваться в преподавании спецкурсов по соответствующей проблематике для студентов и аспирантов высших учебных заведений.

Апробация работы. Основные тезисы работы легли в основу ряда публикаций автора, опубликованных в сборниках научных трудов. Ключевые теоретические положения и выводы диссертационного исследования обсуждены на заседании кафедры социологии управления, в ходе научно-практических конференций. Ряд положений и выводов данного исследования использовались в деятельности Комитета по печати и информации администрации Волгоградской области.

Публикации. По теме данной работы было опубликовано 9 работ общим объёмом 2 п.л.

Работа выполнена в рамках п. 7 области «Принципы, структуры, функции и методы управления в основных институтах административно-политической деятельности», а также п. 13 области «Социология организаций как реализация функции управления» паспорта специальности 22.00.08. «Социология управления».

Структура диссертационного исследования. Работа состоит из введения, двух глав, включающих шесть параграфов, заключения, списка использованных источников и литературы, а также приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во «**Введении**» обосновывается актуальность темы диссертационного исследования, показана степень ее научной разработанности, формулируется объект и предмет исследования, его цель и задачи, гипотезы, раскрываются теоретико-методологическая основа и эмпирическая база диссертации, излагаются основные положения, выносимые на защиту, теоретическая и практическая значимость и научная новизна работы.

Глава 1 «Теоретико-методологические основы взаимоотношений власти и СМИ» посвящена анализу природы и специфики взаимоотношений институтов власти и агентов медийного поля. В ней исследуется феномен власти как коммуникативного процесса, освещается роль средств массовой информации в процессе взаимодействия в системе «власть-общество», анализируются основные типы и модели регулятивных взаимоотношений институтов власти и СМИ.

В параграфе 1.1 «**Коммуникативные аспекты понятия «власть»**» исследуются коммуникативные основы феномена власти как управленческого воздействия субъекта на объект. Особое внимание уделяется анализу структуры коммуникативного процесса, и в частности, коммуникации в системе власти. Автором исследуются два подхода к пониманию характера взаимоотношений между акторами коммуникативного процесса. Представители первого рассматривают коммуникативный акт как одностороннее прямое или опосредованное воздействие активного субъекта на пассивный объект. В рамках этого подхода взаимодействие в системе власти трактуется как линейный процесс, то есть намеренное ассиметричное диспозиционное отношение между индивидами, выражающее потенциал субъекта власти достигнуть подчинения объекта. Власть, таким образом, отождествляется с принуждением и носит вертикальный характер, коммуникативное взаимодействие субъекта и объекта власти осуществляется сверху вниз.

Во второй половине XX века сформировалось другое направление, согласно которому коммуникация стала рассматриваться как многоуровневый и разнонаправленный процесс, компоненты которого постоянно взаимодействуют друг с другом. Анализируя коммуникацию в системе власти, можно отметить, что в рамках данного подхода взаимоотношения управляющих и управляемых носят характер не одностороннего властного воздействия субъекта на объект, а представляют собой взаимообмен участников коммуникативного процесса.

Новый характер взаимоотношений между коммуницирующими субъектами повлиял на понятийный объем терминов, обозначающих участников коммуникации. Вместо понятий «субъект» и «объект»,

подразумевающих неравные исходные позиции коммуникантов, получили распространение термины «актор», «агент», к характеристикам которых относится способность действовать самостоятельно и конструировать реальность с учётом своих возможностей и имеющихся ресурсов. От объёма ресурсов зависит позиция актора в социальном пространстве, что обуславливает постоянную конкуренцию агентов социальных полей за различные виды ресурсов.

Наиболее весомым ресурсом считается символический капитал, обладатель которого получает возможность формировать и передавать культурные смыслы. На сегодняшний день наиболее значительным объёмом символического капитала обладают субъекты власти, которые, доминируя над акторами других полей и используя имеющиеся у них ресурсы, стремятся добиться поставленных целей, навязывая свою волю актёрам других полей. При этом эффективность управления значительно повышается, если власть использует не принуждение, а методы влияния на аудиторию посредством системы кодов. Диссертантом подчеркивается, что основная задача власти – не просто доведение до аудитории определённых смысловых посланий, но и влияние на поведение реципиентов, изменение их установок и действий в целях приобретения и удержания властных полномочий.

Таким образом, сконструированное, закодированное сообщение, передаваемое институтами власти обществу, является для власти инструментом воздействия на него. При этом основная проблема заключается в трудности установления симметричных отношений между актёрами, принимающими участие в информационном обмене. Взаимодействие власти и общества приобретает асимметричный характер, когда субъекты власти просто доводят свои решения до сведения аудитории, не предусматривая ответных действий со стороны реципиентов. Общество в процессе взаимодействия с институтами власти имеет ограниченные возможности принять участие в процессе коммуникации как равноправный актёр.

В параграфе 1.2 «СМИ как инструмент легитимации институтов власти» анализируются роль и функции средств массовой информации в процессе взаимодействия власти и общества, исследуются их возможности конструирования социальной реальности с целью обеспечения легитимности властных структур.

Диссертантом исследуются различные трактовки понятия «средства массовой информации» и соотношение терминов, обозначающих данный социальный институт – СМИ, СМК и масс-медиа. Автором делается вывод, что, несмотря на некоторые смысловые различия анализируемых терминов, чаще они употребляются как синонимичные. При этом понятие «масс-медиа» более характерно для научной сферы, в то время как термин «СМИ», как

правило, используется в нормативно-правовых актах и средствах массовой информации.

Среди явных и латентных функций, которые выполняют СМИ, одной из важнейших считается идеологическая (или социально ориентирующая), формирующая мировоззренческие основы и ценностные ориентации индивидов и влияющая на мотивацию определённых поведенческих актов аудитории. В работе исследуется процесс опосредованного СМИ влияния институтов власти на массовое сознание и поведение аудитории с целью укрепления собственной легитимности, для этого анализируются основные подходы к понятиям «легитимация» и «легитимность».

В ходе исследования диссертант делает вывод, что средства массовой информации выполняют двойственную роль в процессе социальной коммуникации. С одной стороны, они, используя свой собственный язык, язык символов, конструируют реальность, наполняя её при этом своим содержанием. Сконструированная реальность иногда оказывает влияние на истинную, меняя при этом событийный ход. Всё это делает масс-медиа активным участником процесса социальной коммуникации. Но, с другой стороны, способность СМИ конструировать реальность с помощью символов, придавать событиям нужный смысл, используют акторы других социальных полей – в первую очередь, властные структуры, которые заинтересованы в возможности оказания влияния на общество для поддержания собственной легитимности. В этом случае масс-медиа конструируют ту реальность, которая выгодна институтам власти, выполняя роль инструмента их легитимации.

В параграфе 1.3 «Институты власти и СМИ: аспекты взаимоотношений» раскрываются специфические особенности и механизмы взаимодействия институтов власти и масс-медиа.

Автором изучены основные подходы к пониманию социального пространства как системы взаимоотношений основных его акторов, представлена трактовка поля, предлагаемая П. Бурдьё, под которым социолог понимает относительно автономную подсистему социальных отношений, структурированную оппозициями, обладающими неравными капиталами, которые представляют собой средства, направленные на сохранение или изменение структуры поля.

Социальное пространство конституируется совокупностью взаимосвязанных полей, в числе которых – поле власти и медийное поле. Исследуя аспекты взаимоотношений этих двух полей, диссертант делает вывод, что, занимая доминирующие позиции в социальном пространстве, поле власти обладает возможностью контролировать другие социальные поля, в том числе медийное. Одним из видов влияния акторов поля власти является регулирующее воздействие на медийное поле.

В рамках исследования анализируются основные трактовки понятия «регулирование», выявляется его соотношение с термином «управление», делается попытка обобщить различные трактовки и предложить собственную дефиницию. В результате понятие «регулирование» определяется диссертантом как целенаправленный, особым образом организованный процесс, представляющий собой результативное, нормативно-организационное воздействие на объект с целью упорядочения и развития его свойств и предполагающее как прямые, так и косвенные средства воздействия.

В работе рассматриваются основные классификации нормативных моделей регулирующего воздействия на медийное поле, в основу которых кладётся проблема взаимоотношений трёх акторов – властных институтов, СМИ и общества.

Отмечается, что в современном медийном пространстве существуют три основные регулирующие формы: государственная монополия на владение и управление СМИ, общественный контроль, когда управляющие пользуются значительной автономией и не подчиняются прямо исполнительной или законодательной власти; частное владение, в той или иной мере сопровождающееся государственным регулированием.

Сторонники исключительно рыночных механизмов регулирования деятельности масс-медиа считают, что для развития информационной структуры, ориентированной на демократические ценности, самое большое значение имеет функционирование частных СМИ. Существование коммерческих масс-медиа, с их точки зрения, гарантирует наличие конкуренции. Таким образом, создаются условия для свободного и самостоятельного выбора отдельным потребителем интересующей его информации. Тем самым, поощряется многообразие мнений, поскольку большее количество людей имеет возможность выразить своё видение социальной реальности.

Противники исключительно рыночного регулирования деятельности СМИ приводят свои доводы. Они подчёркивают, что для современной сферы массово-информационных процессов характерны тенденции к концентрации и монополизации, которые способны серьёзно ограничить свободу выбора информации. Следовательно, основной целью государственной медиа-политики должно являться создание условий, обеспечивающих широкий доступ представителей общества к средствам массовой информации, характеризующихся разнообразием мнений, идей, позиций. Для этого во многих странах используются меры, направленные на поддержку плюрализма и конкуренции. Однако в ряде случаев государство не просто создаёт условия для повышения эффективности деятельности СМИ, но и пытается вмешиваться в организационные и содержательные аспекты их

функционирования. В процессе осуществления регулятивного воздействия акторы государства используют следующие группы методов:

- 1) Нормативно-правовые.
- 2) Экономические.
- 3) Административные.

Приоритет тех или иных методов в медиасфере помогает раскрыть суть взаимоотношений агентов поля власти и регионального медийного поля. Так, применение административных методов регулирования свидетельствует о стремлении институтов власти установить жёсткий контроль над медийным полем, превратить процесс коммуникативного взаимодействия между агентами двух полей в однонаправленный, линейный процесс, не предусматривающий использования обратной связи. Нормативно-правовые и экономические методы регулирования могут в зависимости от их применения предоставлять большую степень свободы объекту регулирования либо способствовать возникновению его зависимости от акторов властного поля.

В главе 2 «Социологический анализ регулятивных взаимоотношений региональных органов власти и СМИ в России и Германии» предпринят сравнительный анализ степени регулирующего воздействия агентов поля власти на региональные средства массовой информации, выявлены основные критерии, определяющие модели взаимоотношений институтов власти и СМИ в России и Германии на региональном уровне.

Параграф 2.1 «Региональные СМИ в России и Германии: сравнительный анализ» посвящён исследованию структуры и основных характеристик регионального медийного поля России и Германии. Особое внимание уделяется уточнению термина «региональные СМИ» и обзору с этой целью основных подходов к определению понятия «регион». Отмечается, что как в России, так и в Германии нет устойчивого наименования региона, под которым могут понимать как субъект федерации, так и его часть или наоборот совокупность субъектов федерации. Однако поскольку целью исследования является анализ регулятивных отношений институтов власти и региональных СМИ, то в рамках данной работы в качестве региона рассматривается тот уровень, на котором осуществляются властные полномочия в отношении масс-медиа. Как в России, так и в Германии это уровень субъекта федерации – в России – Волгоградская область, в Германии – земля Северный Рейн-Вестфалия. Следовательно, к региональному медийному пространству можно отнести как СМИ, выходящие на территории данного субъекта федерации, так и масс-медиа, имеющие более локальный характер – городские, районные, многотиражные и т.д.

Характеризуя пространство **печатных СМИ** России и Германии, можно отметить ряд общих и отличительных черт, присущих обеим медиа-системам.

1) Приоритет региональных СМИ как основного источника информации о местных событиях.

2) Наличие региональных приложений у большинства центральных изданий, строящих свои взаимоотношения с ними на условиях франчайзинга, то есть обладающих определённой свободой принятия экономических решений.

3) Диверсификация региональных СМИ, проявляющаяся в их конвергенции, образовании мультимедийных концернов. На территории земли Северный Рейн-Вестфалия можно наблюдать следующие формы конвергенции СМИ:

а) Совместная деятельность газетных редакций и местных телеканалов и радиостанций.

б) On-line деятельность издательских домов, телеканалов и радиостанций, которая заключается в создании и обслуживании собственных Web-сайтов или электронных версий газет.

В России процессы консолидации медиапредприятий протекают в основном на федеральном уровне, далеко не все регионы оказываются вовлечёнными в них. Так, для Волгоградской области не характерно сотрудничество или слияние разных видов масс-медиа, далеко не все печатные СМИ имеют собственные Интернет-сайты. Можно сделать вывод, что волгоградские СМИ, в отличие от немецких, не используют возможности компьютерных технологий в полной мере.

4) Следствием процессов диверсификации и конвергенции региональных СМИ, повышения роли телевидения и онлайн-СМИ является вытеснение традиционной прессы с медийного рынка, что выражается в сокращении количества подписчиков, снижении объёмов тиражей газет, распространяемых по подписке и объёмов продажи периодики через киоски.

5) Если для немецких региональных СМИ основным источником доходов является реклама, то финансирование многих российских региональных изданий осуществляется их учредителями – институтами власти, которые, используя находящийся в их распоряжении административный ресурс, влияют на содержание публикуемых материалов.

Структурные признаки регионального поля электронных СМИ России и Германии отличаются друг от друга по ряду параметров. В Германии существует так называемая «трёхуровневая система», в которой доминируют три типа СМИ – общественно-правовые, коммерческие и СМИ открытого доступа. Основная цель существующей системы – представление интересов всех социальных групп общества, максимальное вовлечение аудитории в процесс формирования информационного потока региона. В Российской Федерации отсутствуют общественно-правовые масс-медиа и СМИ открытого доступа. Различные типы средств массовой информации, доминирующие

на медийном поле двух стран свидетельствуют о различных системах организации массовых коммуникаций в обществе. Региональное медийное поле России характеризуется сосуществованием государственных и коммерческих СМИ, основная проблема которых финансовая и организационная зависимость от учредителей – институтов власти и финансовых групп. Таким образом, роль региональных средств массовой информации России заключается не в защите интересов граждан, а в обслуживании потребностей владельцев, формировании выгодной им символической реальности. Функция общества состоит в практически пассивном восприятии навязанного им видения социального мира.

В параграфе 2.2 «Органы власти в медийном пространстве России и Германии: федеральный и региональный уровни» исследуются характер, формы и методы влияния субъектов власти анализируемых стран на медийное пространство России и Германии.

Рассматривая организационную структуру управленческого воздействия на деятельность медийного поля, можно отметить, что в России его степень достаточно высока. На федеральном и региональном уровне регулируемыми функциями обладает целый ряд ведомств большинство из которых принадлежит к исполнительной ветви власти, что делает возможным применение административных методов регулирования. Наличие большого количества инстанций, контролирующих друг друга, функции которых пересекаются, на наш взгляд, не могут способствовать повышению эффективности взаимоотношений поля власти и масс-медиа.

В Германии общее число инстанций, контролирующих медийное поле, меньше, чем в России. Регулирующими функциями в этой стране обладают в основном общественные структуры как на федеральном, так и на региональном уровне. К их числу относится, например, Совет по прессе, включающий в себя издателей и журналистов и контролирующей печатные СМИ Германии. Регулирование деятельности электронных СМИ осуществляют советы общественно-правовых телерадиокомпаний и земельные ведомства по делам СМИ, контролирующие деятельность частных телерадиовещателей.

Институты власти строят свои отношения со СМИ в ходе реализации основных направлений информационной политики, которая определяет характер взаимоотношений, складывающихся между властью и средствами массовой информации. Основная задача информационной политики любой страны – использование информационных ресурсов в целях содействия привлечению общественности к процессу социального управления. Анализируя данные печати и результаты экспертного опроса, можно прийти к выводу, что реальная эффективная информационная политика в России отсутствует, несмотря на большое количество официальных документов, декларирующих её.

Этот вывод подтверждается результатами опроса. Лишь 38,1% опрошенных чиновников считают, что в Волгоградской области существует эффективная информационная политика. 28,6% респондентов полагают, что информационная политика в регионе отсутствует. Среди опрошенных журналистов, отвечающих на данный вопрос, 70,4% респондентов затруднились с ответом, 22,2% опрошенных полагают, что в Волгоградской области не ведётся эффективная информационная политика, и лишь 7,4% респондентов ответили на вопрос утвердительно. В Германии информационная политика органов власти направлена на представление и защиту интересов широкой общественности. Реализация информационной политики возложена на специальные структуры в составе федеральных и региональных органов власти, функцией которых является исключительно информирование граждан, оказание им консультативных услуг, налаживание диалога между данными органами власти и населением. По результатам опроса, 95% немецких экспертов одобряют действующую в регионе информационную политику.

Анализируя степень регулирующего правового воздействия на медийное поле Российской Федерации, следует отметить его вертикальный характер, что выражается в полном подчинении региональных нормативно-правовых актов федеральному закону «О СМИ». В Германии подобного единого закона не существует, законодательное регулирование деятельности масс-медиа является функцией земель. Помимо этого законодательство России и Германии отличается с содержательной точки зрения. В Российской Федерации нормативно-правовые акты, регулирующие медийное поле субъекта федерации, представляют собой более детальную регламентацию разных аспектов деятельности СМИ (это видно на примере Волгоградской области); в Германии законы такого уровня устанавливают только общие рамочные предписания, а также определяют права и обязанности сторон, не позволяя себе при этом вмешиваться в деятельность средств массовой информации.

Экономическое регулирование медийного поля в России выражается в финансировании подконтрольных СМИ с целью оказания влияния на содержание публикуемых или передаваемых материалов. Замена бюджетного финансирования системой грантов не изменила сути этого процесса, поскольку, по утверждению экспертов, механизм распределения финансовой помощи в виде грантов остался несправедливым, создающим неравные условия для претендентов. В Германии государственные субсидии законодательно запрещены. Экономическая медиapolитика государства заключается в выработке мер по сохранению разнообразия содержания и форм собственности в СМИ, а также в создании условий для повышения эффективности деятельности масс-медиа.

Применение административных методов управления в медиасфере свидетельствует о стремлении акторов поля власти установить контроль над медийным полем, используя прямые, директивные методы – непосредственное администрирование через подбор и расстановку кадров; систему санкций и поощрений, штрафов и льгот, а также прямую или косвенную цензуру как форму контроля над содержательной деятельностью масс-медиа.

Согласно результатам опроса, респонденты Волгоградской области считают, что региональные органы власти активно используют административный ресурс и административные методы регулирования деятельности средств массовой информации, в том числе прямую или косвенную цензуру. В Германии отсутствие административного контроля над СМИ не просто декларируется, оно в действительности существует. Это признают опрошенные немецкие эксперты. Региональные органы исполнительной власти Германии не имеют контролирующих функций по отношению к СМИ и, следовательно, лишены возможности применять административные методы регулирования.

Параграф 2.3 «Формы взаимодействия региональных институтов власти и СМИ в России и Германии» посвящён сравнительному анализу основных форм взаимодействия региональных властных структур и средств массовой информации названных стран.

Диссертантом установлено, что в России порядок и условия взаимодействия институтов власти и СМИ устанавливают властные структуры. В результате характер взаимоотношений (включающий в себя правила учреждения СМИ, разрешение на доступ к информации и т.д.) носит ассиметричный характер. Средства массовой информации ущемлены в правах, поскольку органы власти устанавливают правила, усложняющие процесс создания и функционирования региональных СМИ.

Так, основным этапом процесса создания средств массовой информации является его регистрация, которая носит не уведомительный, а разрешительный характер, то есть выступает для институтов власти в качестве инструмента влияния на СМИ, что совершенно недопустимо в Германии, где механизм регистрации отсутствует.

Аудиовизуальные СМИ как в России, так и в Германии подлежат обязательной процедуре лицензирования. Однако, если в ФРГ выдача лицензий осуществляется общественными организациями – земельными ведомствами по делам СМИ, то в РФ – это прерогатива государства, а именно Федеральной конкурсной комиссии при Федеральной службе по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций. Таким образом, у нас в стране процедура лицензирования является очередным способом воздействия институтов власти на медийное поле.

В Германии единственная цель взаимодействия власти и медийного поля – оказание содействия масс-медиа в предоставлении информации, при этом никакого разрешения на доступ к информации или создание нового СМИ от органов власти не требуется. В результате проведённого автором экспертного опроса было установлено, что 71,4% респондентов-журналистов Волгоградской области и лишь 10% опрошенных журналистов земли Северный Рейн-Вестфалия сталкивались со случаями отказа предоставить необходимую информацию. При этом все немецкие эксперты получили его от коммерческих предприятий, тогда как большинство отечественных журналистов – от органов власти.

Немало нарушений прав журналистов на доступ к информации в РФ связано с процедурой аккредитации журналистов при органах власти, правила которой устанавливают сами аккредитующие субъекты. На практике это часто приводит к тому, что вместо создания журналистам благоприятных условий обеспечения их информацией о деятельности аккредитующей организации, права аккредитованных журналистов ущемляются, на них возлагаются дополнительные обязанности, права неаккредитованных журналистов, закреплённые в статье 47 Закона о СМИ, вообще не реализуются.

Диссертантом был проведён анализ Положений об аккредитации при законодательных и исполнительных органах власти Волгоградской области, при этом был выявлен ряд нарушений Закона о СМИ и Конституции РФ. Представляется целесообразным привести в соответствие с законодательством указанные нормы для предотвращения ущемлённых законных прав и интересов журналистов и СМИ при их аккредитации. Следует отметить, что в Германии доступ к информации значительно проще, а процедура аккредитации при региональных органах власти отсутствует.

В **«Заключении»** подводятся итоги диссертационного исследования, формулируются его основные результаты и выводы, даются практические рекомендации по совершенствованию системы регулятивных взаимоотношений региональных институтов власти и средств массовой информации.

Приложения включают программу эмпирического исследования «Регулятивные аспекты взаимоотношений институтов власти и СМИ в России и Германии: региональный уровень», результаты прикладной части исследования, авторскую таблицу организационной структуры регулятивных взаимоотношений институтов власти и масс-медиа в России и Германии и другие материалы по теме диссертации.

СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Публикации в журналах и изданиях, рекомендуемых ВАК:

1. Демушина, О. Н. СМИ как инструмент легитимации институтов власти [Текст] / О. Н. Демушина // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2008. – №3(27). – Сер. «Социально-экономические науки и искусство». – С. 71 - 75. – 0,4 п.л.

Статьи и тезисы докладов в иных изданиях:

1. Демушина, О. Н. Медиа-язык как инструмент конструирования реальности [Текст] / О. Н. Демушина // Тезисы доклада на X региональной конференции молодых исследователей Волгоградской области 8-11 ноября 2005 г. – Волгоград : Изд-во ФГОУ ВПО «ВАГС», 2006. – С. 22 - 23. – 0,1 п.л.

2. Демушина, О. Н. Управление масс-медиа в России и Германии: сравнительный анализ [Текст] / О. Н. Демушина // Тезисы доклада на 10 региональной конференции молодых исследователей Волгоградской области. 8-11 ноября 2005 г.– Волгоград : Изд-во ФГОУ ВПО «ВАГС», 2006. С. 190 - 192. – 0,1 п.л.

3. Демушина, О. Н. Государственное регулирование деятельности масс-медиа в России и Германии (сравнительный анализ) [Текст] / О. Н. Демушина // Сборник научных работ аспирантов и студентов «ВАГС». – Волгоград: Изд-во ФГОУ ВПО ВАГС, 2006. – Вып. 9. – С. 39 - 43. – 0,2 п.л.

4. Демушина, О. Н. Власть как управляемая кодом коммуникация [Текст] / О. Н. Демушина // Сборник научных работ аспирантов и студентов ВАГС. – Волгоград : Изд-во ФГОУ ВПО «ВАГС», 2006. – Вып.10. – С. 68 - 75. – 0,4 п.л.

5. Демушина, О. Н. Роль масс-медиа в процессе взаимодействия власти и общества [Текст] / О. Н. Демушина // Государственное и муниципальное управление в Сибири: состояние и перспективы развития : материалы Междунар. научно-практич. конф. – Новосибирск : СибАГС, 2007. – С. 73 - 78. – 0,4 п.л.

6. Демушина, О. Н. СМИ как инструмент политической коммуникации [Текст] / О. Н. Демушина // Коммуникативный менеджмент: теория и практика : материалы научно-практич. конф. – Волгоград : Изд-во ФГОУ ВПО «ВАГС», 2007. – С. 38 - 42. – 0,3 п.л.

7. Демушина, О. Н. Органы саморегулирования СМИ: опыт Германии и перспективы развития в России [Текст] / О. Н. Демушина, Г. К. Савченко // Меняющаяся коммуникация в меняющемся мире – 2 : материалы Междунар. научно-практич. конф. – Волгоград : Изд-во ФГОУ ВПО «ВАГС», 2008. – Т. 1. – С. 146 - 149. – 0,2 п.л.

8. Демушина, О. Н. Массовая коммуникация: дилемма государственного или рыночного регулирования [Электронный ресурс] / О. Н. Демушина // материалы XIV Междунар. науч. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов». – М. : Изд-во МГУ «Социально-политическая мысль», 2008. – 1 электрон. диск (CD-ROM). – 0,1 п.л.

Лицензия ИД № 04112 от 27.02.01 г.

Подписано в печать 20.01.09 г. Формат 60x84 1/16.
Печать офсетная. Бумага офсетная. Гарнитура ТАЙМС. Уч.-изд. л. 0,98.
Тираж 100 экз.

ФГОУ ВПО «Волгоградская академия государственной службы»
400131, Волгоград, ул. Гагарина, 8.

Издательство ФГОУ ВПО «Волгоградская академия государственной службы»
400078, Волгоград, ул. Герцена, 10.