



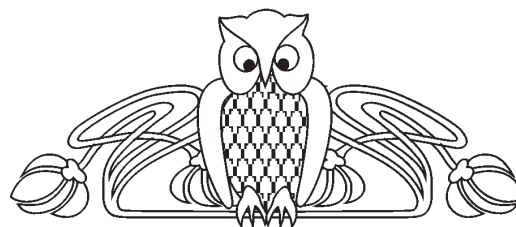
- радиовещании и в информационных службах» // ВСНД и ВС РФ. 1993. № 14, ст. 503.
- <sup>6</sup> См.: СМИ постсоветской России. М., 2002. С. 156.
- <sup>7</sup> См., например: Указы Президента РФ № 44, 47 // ВСНД и ВС РФ. 1992. № 5–6. Ст. 339, 252.
- <sup>8</sup> См.: Усачева В. Власть и СМИ в России : как изменились их взаимоотношения? // Pro et contra. 2000. Т. 5. № 4.
- <sup>9</sup> См.: Указ Президента РФ «О совершенствовании государственного управления в сфере массовой информации» от 22 дек. 1993 г. // Рос. газета . 1993. 23 дек.
- <sup>10</sup> URL: <http://base.garant.ru/103529/> (дата обращения: 18.11.2011).
- <sup>11</sup> URL: <http://www.rg.ru/2003/07/10/svjaz-dok.html> (дата обращения: 18.11.2011).
- <sup>12</sup> URL: <http://www.rg.ru/2006/03/15/reklama-dok.html> (дата обращения: 18.11.2011).
- <sup>13</sup> См.: Федотов М. А. Правовые основы журналистики. М., 2002. С. 258.
- <sup>14</sup> См.: Кириллова Н. В. Медиасреда российской модернизации. М., 2005. С. 191.
- <sup>15</sup> Рос. газета. 1995. 5 дек.
- <sup>16</sup> Рос. газета. 1995. 29 нояб.
- <sup>17</sup> См.: Засурский И. И. СМИ и власть. Россия девяностых // Средства массовой информации постсоветской России / под ред. Я. Н. Засурского. М., 2002. С. 75.
- <sup>18</sup> См.: Рихтер А. Г. Правовые основы свободной печати // Система средств массовой информации России / под ред. Я. Н. Засурского. М., 2001. С. 159.

УДК 316.334.3+366.636

## РОЛЬ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И РАЗВИТИИ ИНСТИТУТОВ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ

В. А. Зимин

Саратовский государственный университет  
E-mail: natali.26.12@mail.ru



В статье рассматриваются особенности деятельности СМИ как института гражданского общества и значимого фактора его развития, раскрывается их роль в формировании политической культуры российского общества.

**Ключевые слова:** СМИ, политическая культура, гражданское общество, политическая активность граждан.

**Role of Mass Media in Formation of Political Culture and Development of Institutes of the Civil Society in Russia**

V. A. Zimin

Peculiarities of the Mass Media's work as an institute of civil society and an important factor of its development are considered in this article. Also the role of the Mass Media in foundation of the Russian society's political culture is shown by the author.

**Key words:** mass media, political culture, civil society, citizen's political activity.

Одной из важнейших проблем демократического развития современной России является становление и укрепление гражданского общества. В свою очередь, его существование невозможно без наличия у членов этого общества гражданских качеств и особой политической культуры. По мнению О. В. Орловой, суть ее заключается в том, что «в гражданском обществе действует человек – обладатель конкретных интересов и потребностей, для удовлетворения которых он

нацелен способностью к сознательной деятельности, прагматическому решению совместно с другими людьми экономических, политических и иных проблем»<sup>1</sup>.

В формировании политической культуры граждан и развитии институтов гражданского общества в Российской Федерации важна существенная помощь демократических средств массовой информации, всего комплекса общественных групп, которые должны представлять организованные интересы различных объединений и гражданских институтов.

Средства массовой информации являются важнейшим институтом гражданского общества. Телевидение, пресса и радио формируют представления граждан о стране, в которой они живут. Объективность такой картины зависит в первую очередь от разнообразия СМИ, наличия в информационном поле различных точек зрения. Развитие глобальных сетей цифровых телекоммуникаций значительно усилило влияние средств массовой коммуникации на формирование мировоззренческих установок, ценностной ориентации российских граждан.

Средства массовой информации предназначены для широкого обмена сообщениями в рамках всего общества или достаточно широких социальных общностей. Они являются одновременно каналом выражения общественного мнения и



системой его формирования<sup>2</sup>. За короткий период времени СМИ могут воздействовать на большое число россиян.

Сознательная односторонняя заинтересованность в подаче материала на социально значимую тему в пользу одного из субъектов политики тормозит развитие демократической политической культуры. Опасно также манипулирование массовым сознанием и поведением населения. Сбалансированная полная и объективная информация о разных сторонах общественной жизни является важным условием совершенствования политической культуры россиян. Функции средств массовой информации должны состоять в: информировании населения; мобилизации и формировании общественного мнения; содействии политическому образованию, воспитанию, политической социализации граждан; возможности артикуляции разных общественных интересов; контроле и критике государственных и местных органов власти, интегрировании субъектов политики.

Социологические исследования РОМИРа в сентябре 2000 г. (2000 респондентов в 115 населенных пунктах РФ) показывали, что 20,6% россиян высказывали мнение о том, что в Российской Федерации средства массовой информации предоставлена полная свобода, и 31,3% скорее поддержали данную точку зрения, 5,9% считали, что это полностью не так, а скорее не так – 19,6% ответивших<sup>3</sup>. Последующие опросы, проведенные РОМИРом, подтвердили, что российским СМИ предоставлена полная свобода слова (уже 49% респондентов в 2003 г. и 60% в 2005 г.). Отрицали ее 42 и 37% соответственно, затруднились ответить 9 и 3%<sup>4</sup>.

Великий писатель и гуманист А. И. Солженицын говорил: «Свобода слова, как всякая свобода, – дорогой, но двоякий дар. Когда говорят, что у нас сейчас подавлена свобода слова, я, имея советский опыт, не согласен. Я считаю, что в основных объемах пресса свободна, говорит, что хочет, и ничего не боится и не подавлена. Другое дело, что пресса во многом руководствуется соображениями своих финансовых хозяев. И вот это внутреннее нарушение свободы очень опасно»<sup>5</sup>.

По оценке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, только 10–12% российских общественно-политических изданий являлись экономически самостоятельными, а почти тридцать тысяч «служили» не читателю, а тому, кто их взял на содержание, – все тому же государству, олигархам и проч. Так, в г. Пензе тратилось почти 7 млн руб. на «свои» официальные издания, но они не пользовались у читателей особым спросом<sup>6</sup>.

Получая деньги из регионального бюджета, местные СМИ, как правило, теряют независимость и вынуждены ориентироваться на мнение администрации, что окончательно убивает цивилизованный рынок региональной прессы. Теряя автономность, пресса превращается в информационного лоббиста.

Отстраненность журналистики от ряда острых проблем общества, увлечение пиаром и развлекательной составляющей размывают значение средств массовой информации как одного из основных институтов гражданского общества. Эти тенденции обострились под влиянием экономического кризиса, подорвавшего финансовые основы отдельных независимых изданий. На наш взгляд, необходимо принять закон об основах экономических отношений в сфере массовой информации.

Социологический опрос, проведенный нами на промышленных предприятиях Самарской, Саратовской, Ульяновской, Пензенской, Нижегородской областей, а также Татарстана и Чувашии в сентябре–декабре 2003 г. (3718 респондентов), показал, что работники отдали предпочтение таким газетам, как «Аргументы и факты» (19,1%), «Российская газета» (17,3%), «Комсомольская правда» (14,4%), «Труд» (9%), «Известия» (8,5%), «Правда» (3,7%), «Советская Россия» (1,8%). Беспочинит то, что 69,3% опрошенных газет не читали или читали иногда. По данным Левада-Центра (опрос 2005 г.), тиражи газет в России, в сравнении с 1990 г., сократились в 6 раз, а журналов – в 8 раз, при этом в 7 раз упала подписка на газеты, а на журналы – в 16 раз. На тысячу населения в 1990 г. подписка составляла почти 1900 экз., а в 2005 г. – всего 200. В России читали газеты и журналы всего лишь 20% населения.

Не читали книг 37% россиян<sup>7</sup>. В значительной степени это можно объяснить процессами воздействия компьютерных технологий и появлением новых источников информации, которые потеснили печать. Произошло также удорожание производства газет, журналов и книг.

По данным нашего опроса (321 чел.), работники промышленных предприятий Саратовской области в 2003 г. узнавали новости и другую политическую информацию из программ телевизионных каналов следующим образом (таблица):

**Какой программе ежедневных телевизионных новостей Вы отдаете предпочтение?**

Программа	%
«Время» (1 канал)	39,6
«Вести» (канал «Россия»)	25,9
Теленовости (на местных каналах)	18,7
«Сегодня» (канал «НТВ»)	5,9
«События» (канал «ТВЦ»)	5,2
Не смотрю	4,7

В настоящий период идет процесс принципиальных изменений в структуре спроса на политическую информацию. Наше общество стало более сложным, более дифференцированным. Россия к



2015 г. должна перейти на цифровое телевидение. Персональное телевидение откроет новую эпоху информационного общества, позволит каждому создать свое личное коммуникационное пространство. Особенно актуально это для России, в которой телевидение является одним из самых распространенных и важнейших средств массовой информации.

Важнейшей тенденцией развития российских СМИ в XXI в. является быстрый рост интернет-аудитории. Одновременно активно развивается Web 2.0., так как произошел взрывной рост социальных сетей.

Основным контекстом общественной самоорганизации современной молодежи являются ее активность и объединение в Интернете. В определенной степени это ресурс для дальнейшего развития ее гражданской активности в традиционном пространстве. Однако Интернет воздействует на достаточно узкий сегмент общества, социально и политически активный.

Исследователи практически повсеместно отмечали в 2005–2009 гг. недостаточное освещение в СМИ гражданской активности. В этот период наиболее активная часть общества, которая стремилась донести свою позицию до власти, до представителей общественных объединений, устремилась в социальные сети. Однако с 2010 г. картина несколько изменилась. Средства массовой информации стали чаще освещать различные гражданские акции. На региональных и федеральных телеканалах заметно возросло число упоминаний различных форм протестной активности. Например, такие резонансные акции, как протест против строительства дороги через Химкинский лес, протест оппозиции против результатов выборов в Государственную думу 2011 г. и другие попали в фокус внимания властей и в ряде случаев повлияли на принятие ими решения. Это в какой-то мере укрепило веру общества в то, что проявление гражданской позиции, ее активное выражение через СМИ и Интернет позволяет добиться результата. «То, что люди высказывают свою точку зрения по поводу процессов, происходящих в стране, – абсолютно нормальные вещи, – сказал В. В. Путин. – До тех пор, пока все действует в рамках закона. Я рассчитываю на то, что так оно и будет. Я действительно видел на экранах телевизоров людей, которые ясно и четко формулируют свою позицию. Там были разные люди, и я радовался тому, что увидел свежие, интеллигентные, здоровые, энергичные лица людей. Меня это радует. И если это результат “путинского режима”, то это хорошо»<sup>8</sup>.

Средства массовой информации, самостоятельно или используя в качестве первоисточника блогосферу, сумели поднять проблемы экологических нарушений крупных промышленных предприятий, а также важнейшие проблемы, связанные с бедственным положением стариков в домах престарелых и людей, пострадавших во

время летних природных пожаров 2010 г., и др.

Свобода прессы в Российской Федерации подвергается испытанию. В самой журналистской среде зачастую наблюдается отсутствие высоких этических и профессиональных стандартов. Есть покушения и заказные убийства журналистов. Так, в Самарской области в октябре 1995 г. был застрелен главный редактор газеты «Тольятти сегодня» А. Уланов, а в январе 1997 г. выстрелом в упор был убит редактор газеты «Обо всем» Н. Лапин. В октябре 2000 г. киллеры расправились с директором телеканала «Лада-ТВ» С. Ивановым, а в ноябре того же года погиб главный редактор названной телекомпании С. Логинов. От рук киллеров погибли главный редактор независимой газеты «Тольяттинское обозрение» В. Иванов (апрель 2002 г.) и сменивший его на этом посту А. Сидоров (октябрь 2003 г.). В 2005 г. была попытка убийства директора компании «Медиа-Самара» Д. Сурьянинова. В эту компанию входили шесть газет, журнал, три телеканала и две радиостанции. Поиск убийц и заказчиков до сих пор продолжается<sup>9</sup>.

Активную позицию заняли средства массовой информации, блогеры и другие ресурсы социальных медиа при освещении всех подробностей нападения на журналиста газеты «Коммерсантъ» О. Кашина. В России начала формироваться система активного взаимодействия гражданского общества и СМИ как его важнейшего института. Между тем большое число важнейших проблем, связанных с деятельностью институтов гражданского общества, остается вне поля зрения средств массовой информации.

По мнению респондентов, в средствах массовой информации не хватает полноты и достоверности информации об основных проблемах жизни населения, некоторые события освещаются односторонне по заказу правящей элиты. В СМИ очень много негативной информации, которая формирует у россиян недоверие к институтам государственной власти и приводит к психическому и моральному опустошению. Многие россияне предлагают ввести цензуру на телеканалах, но не политическую, а нравственную. Граждане РФ предлагают ввести запрет не на открытые дискуссии между различными политическими силами и не на общественную экспертизу действий власти, а на демонстрацию по телевидению сцен жестокости, насилия, разврата. Велико количество россиян, негативно воспринимающих рекламу в СМИ, в том числе и политическую. Со стороны политической рекламы сосредоточивается поле для манипулирования общественным сознанием, прежде всего вокруг частично адекватно интерпретирующей группы. Здесь в первую очередь политическим деятелям и партиям необходимо совершенствовать механизм воздействия такой рекламы на изменение или закрепление тех или иных политических убеждений россиян.



На наш взгляд, Российскому государству надо совместно со средствами массовой информации выработать действенные механизмы духовно-идеологического влияния на общество, в первую очередь на подрастающее поколение, в вопросах искоренения негативных тенденций в стране, воспитания патриотизма и сохранения лучших традиций народов Российской Федерации.

В России имеются положительные тенденции в процессах политической структуризации общества: происходит рост числа и объема деятельности структур гражданского общества; властью создаются определенные условия для их свободного самостоятельного развития; повышается гражданская активность россиян.

Перед средствами массовой информации стоит задача дальнейшего формирования политической и гражданской культуры, которая позволила бы нашему обществу выйти на новый уровень развития и помогла бы укоренению демократических ценностей, стать центром общественного и гражданского согласия.

## Примечания

- 1 Орлова О. В. Гражданское общество и личность : политико-правовые аспекты. М., 2005. С. 88–89.
- 2 См.: Милехин А. В., Шарков Ф. И. Социологический мониторинг средств массовой информации и электро-рального поведения. М., 2003. С. 62.
- 3 См.: Лайдинен Н. В. Образ России в зеркале российского общественного мнения // Социс. 2001. № 4. С. 30.
- 4 См.: Ильичёв И. Свободы слова стало больше // Известия. 2005. 22 сент.
- 5 Солженицын А. Наш дух сильнее гнетущего бытия // Аргументы и факты. 2001. № 4. С. 3.
- 6 См.: Широков Б. Персональная «правда» // Пульс Поволжья. 2004. 7 июля.
- 7 См.: «Нечитающая Россия» // Рос. газ. 2005. 25 нояб. ; Как часто мы читаем книги? // Труд. 2006. 31 авг.
- 8 Ответы В. В. Путина на вопросы граждан России для программы «Разговор» 15 декабря 2011 года // Рос. газ. 2011. 16 дек.
- 9 См.: Караулова Л. Заточка против слова // Аргументы и факты. Самара. 2003. № 42. С. 1. ; Имуков С. Кровавое обозрение // Рос. газ. 2005. 24 мая.

УДК: 378.091.2 + [378.016: 32] (470+571)

## ПОЛИТОЛОГИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ АДАПТАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СТАНДАРТОВ ТРЕТЬЕГО ПОКОЛЕНИЯ

В. Г. Семенова, Е. В. Сергеева

Саратовский государственный университет  
E-mail: semenovavg@mail.ru, sergeevaev@inbox.ru

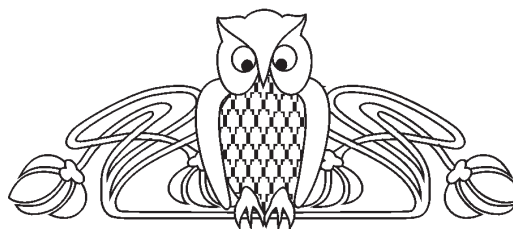
В статье рассматриваются основные методологические и практические сложности, возникшие перед политологическим научным сообществом при переходе на двухуровневую систему образования и реализации государственных образовательных стандартов третьего поколения. Авторами не только названы ключевые проблемы, но и предложены возможные варианты их решения, а также обозначены перспективные направления развития политологического образования в региональных вузах.

**Ключевые слова:** система образования, политологическое образование, федеральный государственный образовательный стандарт, бакалавриат, магистратура.

### Political Science Education in Terms of Adaptation State Standards of Third-Generation

V. G. Semenova, E. V. Sergeeva

The basic methodological and practical difficulties of political scientists' community while transition to a two-level system of education and realization of State educational standards of the third generation are considered in this article. The authors not only highlight the key



problems, but also offer possible ways of their solution and suggest potential directions of development of the political science education in regional universities.

**Key words:** educational system, political education, federal state educational standard, bachelor and postgraduate degrees.

Возникновение и развитие любой науки напрямую связано с формированием и развитием профессионального сообщества, разработкой инновационных методов научных исследований и продуцированием новых знаний. Ключевую роль в этих процессах с момента своего появления стали играть классические университеты как центры, в которых учебная и научная деятельность гармонично дополняет и стимулирует одна другую. Поэтому когда возникает вопрос о состоянии современного научного знания, проблемах и противоречиях в науке, прежде всего обращают внимание на систему подготовки и воспроизводства научных кадров в рамках образовательной системы.