|  |
| --- |
|  |

**СОДЕРЖАНИЕ**

# ВВЕДЕНИЕ…………………………………………………………………………3

# 1. Теоретические основы исследования взаимоотношений прессы

# и власти……………………………………………………………………….....5

# 1.1 Модели взаимодействия средств массовой информации и власти……9

# 1.2 Сущность взаимодействия органов государственной власти и СМИ..11

# 1.3 Четвертая власть: мифы и реальность………………………………….18

# 2. СМИ в России как инструмент демократии …………..................................21

# 2.1 Характер информации, распространяемый СМИ…………………….22

2.2 Роль СМИ в избирательной кампании………………………………..25

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ………………………………………………………………….27

# Список использованных источников…………………………………...………28

# ВВЕДЕНИЕ

Актуальность. Для курсовой работы выбрана тема «Пресса и власть: практика взаимодействия», поскольку в настоящее время одно из главных мест в политических процессах России занимают средства массовой информации. Взаимодействие СМИ с политикой, ее субъектами повседневно ощущается в самых различных формах и проявлениях. Опыт истории показывает, что СМИ способны служить различным политическим целям: как просвещать людей, способствовать и помогать компетентному участию в политике, так и дезинформировать, разжигать массовую ненависть. Общепризнано, что от взаимодействия государственной власти и СМИ во многом зависят темпы развития гражданского общества и политической системы в целом.

Степень разработанности темы. Анализ литературы по исследуемой проблематике показывает, что написано множество работ, в которых раскрываются вопросы о взаимоотношениях власти и средств массовой информации. Наиболее четкое представление по данной теме можно рассмотреть в работах Е.П.Прохорова, Э. Тоффлера, В.В. Балытникова, С.Г. Корконосенко, П.Т. Сопкина, В.В. Прозорова, М. П. Бочарова и др.

Новизна работы заключается в предложенном комплексном изучении взаимосвязи прессы и власти на примере конкретных данных, взятых из работ ученых, писателей, а также из современных информационных порталов.

Возможное применение полученных знаний. Данная работа может быть использована как основа для проведения политического исследования, возможностей и альтернатив методам и приемам воздействия СМИ на власть, а также как информационно-исследовательская база для журналистов, политологов, социологов, аналитиков.

Цель исследования: проанализировать особенности влияния СМИ на политическую жизнь в обществе, их основные проблемы функционирования; выявить основные механизмы и условия формирования эффективного взаимодействия органов государственной власти и СМИ как фактора реализации информационной политики в Российской Федерации.

Задачи исследования. Для достижения поставленной цели в работе выдвинуты следующие задачи:

1. Изучить сущность и содержание процесса взаимодействия органов государственной власти и СМИ.

2. Проанализировать экономические и правовые основы функционирования СМИ в Российской Федерации.

3. Выделить инструменты, используемые властями в работе со СМИ.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования является взаимодействие органов местной власти и СМИ в процессе реализации государственной информационной политики. Предметом исследования являются механизмы и формы (модели) взаимодействия органов государственной власти и СМИ как фактор реализации информационной политики.

Методы исследования. Методологической основой исследования является системный подход в изучении практики взаимодействия прессы и власти. Для выполнения поставленных задач были использованы следующие методы исследования: анализ научной литературы, обобщение, сравнение. На основе изученной литературы и периодической печати собран материал для углубленного осмысления вопросов по данной теме.

Структура работы.Курсовая работа состоит из следующих частей:

1. Введение - краткая характеристика работы, план.

2. Теоретическая часть, которая содержит в себе ряд подтем.

3. Анализ практики взаимодействия прессы и власти на примере отчетов и периодических изданий.

4. Заключение - итог проделанной работы.

5. Список литературы - перечень используемых ресурсов.

**1. Теоретические основы исследования взаимоотношений прессы**

**и власти**

Современную политическую жизнь невозможно представить без прессы, радио, телевидения. Роль СМИ в политике проявляется прежде всего в их функциях. Общей для всех СМИ является информационная функция, которая состоит в сообщении о наиболее значительных событиях.

В настоящее время в условиях глобальных политических преобразований взаимоотношения между государственной властью и СМИ перешли на качественно новый уровень и носят довольно разносторонний и противоречивый характер.

«Изучение и оценка прессы с позиций политической теории и практики от самого зарождения периодической печати наблюдаются и в отечественной, и в мировой науке и воспринимаются как естественный и необходимый угол зрения на журналистскую деятельность»[[1]](#footnote-1).

Г. Ласуэлл – известный американский политолог и политический психолог выделил четыре основные функции средств массовой информации:

1. Наблюдение за миром (сбор и распространение информации);

2. Редактирование (отбор и комментирование информации);

3. Формирование общественного мнения;

4. Распространение культуры.

Пресса, радио, телевидение претендуют на выполнение функций «сторожевой собаки общественных интересов»; на то, чтобы быть «глазами и ушами общества».

Изучая взаимодействие СМИ и властных структур, очень важно четко понимать цели этого процесса. Цель власти в сфере СМИ заключается в обосновании легитимности и актуализации собственных целей через получение общественной поддержки. Для достижения этой цели власть нуждается в инструменте опосредованного и формирующего общения (воздействия) на большие массы людей; таким инструментом и служат средства массовой информации.

СМИ, включаясь во взаимодействие с властными структурами, преследуют цель удовлетворения информационных потребностей, как отдельной личности, так и общества в целом, публичного выражения общественных интересов. С другой стороны, деятельность СМИ направлена на получение дохода от реализации своей аудитории (рекламодателям или спонсорам, в том числе и органам власти). Таким образом, можно утверждать, что взаимодействие СМИ и власти носит достаточно противоречивый характер в силу различной направленности их деятельности и наличия у них особых интересов.

Информационная власть воздействует на политику как непосредственно через политические коммуникации, так и опосредованно через изменение самого человека: его менталитета, ценностных ориентаций, потребностей и интересов, а также формирование общественного мнения, нравов и морали.[[2]](#footnote-2) Прямое и наиболее заметное влияние на политику информационные институты оказывают через политические коммуникации.

Как отмечает Н. Луман, в современном обществе, в отличие от традиционного, именно СМИ "генерируют социальную память"[[3]](#footnote-3). Тем самым они не только настоящее, но и будущее политическое поведение граждан.

Управлять политической коммуникацией - значит управлять и самой политической системой. А ядром политической системы служит власть. И главным образом - государственная власть. Поэтому информационно-политическое управление - функция государственной власти, а, значит, и функция СМИ.

Суть взаимодействия власти и СМИ необходимо рассматривать в контексте теории Ю. Хабермаса о коммуникативной природе социальных отношений. СМИ «в той степени должны удовлетворять, защищать интересы государства, власти, в какой степени государство, власть защищают интересы гражданского общества, каждой личности»[[4]](#footnote-4).

Таким образом, правомерно сделать следующие выводы:

1. В условиях построения информационного общества развивается новый тип социальной деятельности - коммуникативно-информационная деятельность (или «журнализм», по определению С. Свитич), которая образует новый тип общественных отношений - «информационных отношений» в условиях, когда первостепенное значение для политики имеют массовые информационно-коммуникативные процессы.

2. Каждый вид общественных отношений развивается по определенным законам. Объективные требования этих законов, их учет в социальной практике выдвигают необходимость адекватного управления системой социально организуемой деятельности со стороны субъекта данных отношений. Однако, необходимость управления коммуникативно-информационной деятельностью, информационными отношениями вызвали потребность в новом виде менеджмента - информационном менеджменте, но в контексте общей теории управления.

3. Синтез информационной и политической деятельности, информационных и политических отношений формирует еще один специфический вид общественных отношений - информационно-политические (а шире - коммуникативно-политические) отношения.

«В условиях информационного общества неизмеримо возрастает значение массовой информации»[[5]](#footnote-5).

Во все времена отношения между властью и прессой были непростыми. Даже сегодня эти отношения, сложившиеся в условиях современной России, тоже остаются сложными и противоречивыми.

«В отношениях между властью и СМИ, по теории, тоже важен поиск «золотой середины». В практике же сложились две крайности. Первая: иной редакционный коллектив впадает в абсолютное (полное) соглашательство с властными структурами, подходя только с положительными мерками к их деятельности. Вторая: критическое восприятие (буквально «в штыки») всех действий власти. Обе крайности ущербны.»[[6]](#footnote-6)

«Тенденции, заметные сегодня в деятельности российских СМИ, определяются не отдельными разрозненными решениями и действиями власти, а общей стратегией в информационной сфере, проводимой в последние годы. Эта стратегия демонстрирует стремление государства подчинить себе массмедиа под предлогом "стабильного развития общества"»[[7]](#footnote-7).

**1.1 Модели взаимодействия средств массовой информации и власти: история и современность**

В современной науке существуют различные классификации моделей функционирования СМИ и их взаимодействия с властью.

Методологический подход был предложен американскими теоретиками и историками печати Ф.-С. Сибертом, У. Шраммом, Т. Питерсоном. В их книге «Четыре теории прессы», опубликованный в 1956 г., на историческом материале первой половины xx века проанализированы модели взаимодействия власти, прессы и общества.[[8]](#footnote-8)

Либертарианская теория предполагает, что распространение информации доступно для граждан без предварительного разрешения или лицензии, а критика власти не является наказуемой. Кроме того, данная модель подразумевает независимость журналистов, отсутствие цензуры, а также отсутствие ограничений для распространения материалов СМИ через госграницы.

Модель социальной ответственности прессы. В соответствии с данной моделью средства массовой информации в своей деятельности должны выполнять определенные обязательства перед обществом. Это означает, что публикуемые материалы должны соответствовать профессиональным стандартам информативности, точности, объективности и сбалансированности. СМИ выражают различные точки зрения и предоставляют возможность ответа на критику. Вместе с тем, возможно вмешательство в деятельность средств массовой информации - это может быть оправдано необходимостью обеспечения общественной безопасности. Журналисты являются ответственными как перед обществом, так и перед работодателем. Деятельность СМИ не должна прямо или косвенно способствовать проявлению насилия, общественным беспорядкам, оскорблению меньшинства.

Советская коммунистическая модель. Деятельность средств массовой информации в соответствии с данной моделью осуществляется на основе принципа партийности в идеологической деятельности. СМИ находятся в государственном ведении и не могут принадлежать частным владельцам. Деятельность журналистов осуществляется в соответствии с решением задач экономики, культуры, воспитания людей. Функционирует явно выраженная система дозирования информации, цензуры и санкций по отношению к институтам массовой информации со стороны партийно - государственных органов.

Авторитарная теория прессы. Главный принцип данной модели: деятельность СМИ не должна приводить к подрыву существующей власти. В средствах массовой информации не может быть критики доминирующих политических и моральных ценностей. Данными принципами оправдывается наличие цензуры. Критика властей, входящая в противоречие с господствующей политической линией и моральными установками, может квалифицироваться как уголовное преступление. Журналисты и другие профессионалы не являются независимыми внутри организаций массовой информации.

Выдвинутый авторами «Четырех теорий прессы» тезис о том, что «пресса всегда принимает форму и окраску тех социальных и политических структур, в рамках которого она функционирует, в частности, пресса отражает систему социального контроля, посредством которой регулируются отношения между отдельными людьми и установками»,[[9]](#footnote-9)  
является ключевым в системном анализе проблем современных СМИ.

Таким образом, «процесс формирования новой медиакультуры, медиатизация сфер жизнедеятельности общества, активное развитие компьютерных технологий, Интернета и мобильных средств коммуникации привели к тому, что СМИ выступают неоспоримым лидером в сфере формирования мировоззрения и политической культуры молодежи, оказывая целенаправленное воздействие на ее политическое сознание и поведение. «Политические предпочтения, стереотипы, модели поведения — это уже продукт процесса социализации, — пишет А. А. Малькевич, — а следовательно, индивидуум инкультурируется в политическую сферу общества, но это лишь верхушка большого айсберга — длительного процесса политической социализации, которому немало способствуют средства массовой информации»[[10]](#footnote-10).

**1.2 Сущность взаимодействия органов государственной власти и СМИ**

В период с 60-х - 70-х годов XIX века был принят закон о печати – «Закон от 6 апреля 1865 года, провозгласивший свободу слова в России», а «Программа о делах печати Александра II» стала опытом нормативных документов, строивших отношение власти и прессы на основе закона.

В 1917 году был принят Декрет о печати, в котором говорилось: «когда новый порядок упрочится, всякие административные воздействия на печать, будут прекращены; для нее будет установлена полная свобода в пределах ответственности перед судом». Следовательно, уже в этом документе были зафиксированы определенные ограничения по участию оппозиции в освещении происходящих событий. Возрастала классовость – отсюда и провозглашение административного воздействия на средства массовой информации.

Между средствами массовой информации и властью всегда были противоречия. Они затрагивали не только попытки власти подчинить себе средства массовой информации, но и иные формы взаимодействия.

В начале XXI века государственная власть стремилась проводить свою политику, не считаясь с другими влиятельными политическими факторами.

В этих условиях она остро нуждалась в эффективных средствах повышения своей легитимности. В связи с этим государственная власть в 2000-е годы решила использовать мощные медиаструктуры, которые уже в предшествующий период показали себя как одни из самых значимых факторов современного политического процесса. Отношения средств массовой информации с государственной властью выстраивались в логике неуклонного усиления последней.

Это предполагало возрастание государственного контроля над ключевыми СМИ в стране. В предшествующий период средства массовой информации функционировали в условиях конкурентной борьбы за власть между наиболее сильными факторами, и государство было лишь одним из них. С приходом к власти. В.В. Путина ситуация меняется - государственной властью был взят курс на установление монопольного контроля над основными каналами массовой коммуникации, прежде всего общенациональным телевидением. Как полагает И. И. Засурский, первоначально руководство страны стремилось через усиление неформального контроля над СМИ решить две основные задачи:

а) увеличить объем информационных ресурсов, чтобы с их помощью успешно противостоять в «информационной войне» политически активным представителям крупного бизнеса;

б) с помощью медиатехнологий сконструировать и внедрить в массовое сознание позитивно окрашенные образы нового главы государства, что должно было придать легитимность его действиям по преобразованию политической системы.

В последующие годы СМИ начинают играть роль основного канала коммуникации государственной власти с населением. Коммуникация становится односторонней. Мобилизация властью ресурсов СМИ во второй половине 2000-х годов осуществляется в основном тогда, когда возникает необходимость информационного сопровождения мероприятий государственной власти, которые могут вызвать негативную реакцию со стороны определенных социальных групп. В остальное время подконтрольные властям средства массовой информации осуществляют трансляцию официального дискурса с характерными для него идеями внутренней стабильности и растущего влияния России в международных отношениях.

С другой стороны, они ориентированы на удовлетворение информационных потребностей и интересов, как отдельной личности, так и всех социальных институтов гражданского общества.

Помимо этого характер взаимоотношений в системе «государство - СМИ» во многом определяется как особенностями конкретного субъекта Российской Федерации, так и особенностями многонационального государства.

Именно СМИ являются важнейшим звеном в системе реализации государственной информационной политики, позволяющей регулировать процессы информационного воздействия в различных сферах жизнедеятельности общества и государства.

Следует отметить, что сегодня происходит возрастание потока информации. Происходит ее глобализация, продолжают модернизироваться традиционные средства коммуникации. Фактически на рубеже 80-ых годов мир средств массовой информации был разделен на 2 части: старые (традиционные) и новые.

Старые: книги, журналы, периодические издания и т. д. Современные – достижение новых информационных технологий (кабельное телевидение, спутниковая связь, компьютерная пресса и т. д.).[[11]](#footnote-11)

В течение длительного периода для широкой публики главным источником информации служила пресса – газеты и журналы. Многие из них возникли в качестве органов тех или иных политических партий, поскольку в какой-то форме были вовлечены в политический процесс. Газеты предлагали не только политическую и экономическую информацию, но и представляли материалы развлекательного характера.

Радио и телевидение расширили возможность эксплуатации массовых коммуникационных процессов в политических целях. Изобретение радио изменило механизм освещения информации. Позволило передавать информацию через государственные границы и на дальние расстояния без необходимости физического присутствия.

С уверенностью сегодня можно сказать, что массовый охват средств массовой информации привел к тому, что эти средства стали:

* действительно всенародные, доступные каждому человеку;
* с помощью средств массовой информации усиливается связь между личностью и обществом;
* широкое распространение средств массовой информации привело к дифференциации потребления информации.

Кроме этого, следует отметить следующие отличительные черты средств массовой информации:

* публичность, то есть неограниченный и надперсональный круг потребителей;
* наличие специальных, технических приборов, аппаратуры;
* непрямое, разделенное в пространстве и во времени взаимодействие коммуникационных партнеров;
* однонаправленность взаимодействия от коммуникатора к реципиенту, невозможность перемены их ролей;
* непостоянный, дисперсивный характер их аудитории, которая образуется от случая к случаю в результате общего внимания, проявленного к той или иной передаче или статье.

Взаимоотношения власти и СМИ осуществляются за счет пресс-служб, созданных в органах власти. Эти отношения многоплановы и могут иметь множество форм (как конфронтации, так и позитивного взаимодействия). В большинстве случаев основной формой взаимоотношений является конструктивный диалог. На современном этапе сотрудничество между органами государственной власти и СМИ строится исходя из понимания того, что власть не может проводить эффективную политику без оперативного освещения своей деятельности, а СМИ необходим беспрепятственный доступ к информации, имеющей государственную значимость. СМИ оперативно освещают работу органов государственной власти, являясь при этом посредником между обществом и государством. В настоящее время, когда будущее власти во многом определяется общественностью, деятельность СМИ становится решающей.

Лояльные масс-медиа становятся для государства одним из факторов стабильности, предоставляя ей право рассчитывать на политическое долголетие. В свою очередь СМИ ждут от государства свободы слова и финансовой поддержки, что является одним из важнейших стимулов их деятельности.[[12]](#footnote-12)

Взаимодействию органов государственной власти и СМИ в форме диалога способствуют:

* Конституция РФ;
* ФЗ РФ «О средствах массовой информации»;
* ФЗ РФ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных СМИ»;
* Распоряжение Правительства РФ «О стратегии развития информационного общества».

Так, например, гарантируется свобода массовой информации, обеспечивается открытость и публичность органов государственной власти перед СМИ.[[13]](#footnote-13)

* Не допускается цензура.
* Создание и финансирование организаций, учреждений, органов или должностей, в задачи либо функции которых входит осуществление цензуры массовой информации, - не допускается.
* Реализуется стратегия в сфере средств массовой информации, которая обеспечивает решение задачи предупреждения угроз, возникающих в информационном обществе, в части недопущения распространения запрещенной и противоречащей приоритетам развития России информации.
* Сюда же относятся задачи обеспечения доступа граждан и организаций к услугам на основе информационных технологий в части обеспечения права на информацию, расширения и модернизации форм донесения информации, позиционирования России в мировом информационном пространстве, поощрения интереса к чтению и культурным традициям, потребности в нравственных ценностях.

На основе анализа действующей системы взаимодействия институтов гражданского общества, средств массовой информации с государственными органами власти, можно сделать следующие предложения по ее совершенствованию:

* разработать и законодательно закрепить возможность системного мониторинга доступности и открытости информации об органах власти в СМИ, регулярность ее проведения;
* организовать работу по повышению информационной и компьютерной грамотности населения, консультативных центров по обучению граждан и получению государственных услуг в электронном виде;
* создать систему обучения государственных гражданских служащих, направленной на обеспечение понимания основных целей, задач и принципов работы с гражданами и бизнесом, функционирования электронного правительства;
* нормативно закрепить проведение внутреннего аудита информационной открытости органа власти и его доступности общественному контролю;
* внести поправки в должностные регламенты государственных гражданских служащих с целью закрепления обязанностей и ответственности за работу в области информационной открытости;
* организовать разъяснительную работу по освоению бюджетных средств, определению приоритетов финансирования, публикации отчетов расходования средств на содержание органа власти и объяснение их целесообразности;
* создать стратегию развития СМИ, цели которой должны быть определены в соответствии с действующей «Стратегией развития России до 2002 года»;
* повысить ответственность СМИ перед обществом посредством создания независимых контрольных институтов на базе НКО;
* создать систему ответственных органов и лиц по вопросам открытости, представленных в каждом государственном органе.[[14]](#footnote-14)

**1.3 Четвертая власть: мифы и реальность**

Общепринято считать, что власть делиться на три независимые ветви. Так и в Российской Федерации власть осуществляется на основе разделения на законодательную, исполнительную и судебную. Органы законодательной, исполнительной и судебной власти считаются самостоятельными. (Статья 10. Конституция Российской Федерации).

Воздействуя посредством массовой информации на общественное мнение как состояние массового сознания, массовые коммуникации способствуют тем самым наилучшей реализации целей субъектов социальных интересов. Этот факт послужил основанием возникновения термина «четвёртая власть», наделяющего массовые коммуникации некими особыми властными полномочиями.[[15]](#footnote-15)

Следует отметить, что термин «четвёртая власть» является лирическим и отражает лишь огромное влияние СМИ на общество. При этом СМИ не имеют реальной власти, так как не имеют законного права насильно принуждать к совершению какого-либо действия.

В СССР термин употреблялся исключительно в отношении западной периодики, поскольку не существовало и не признавалось никакого разделения властей.

Впервые применительно к отечественной журналистике данное словосочетание употребил Евгений Додолев в газетах «Московский комсомолец» и «Московская правда» в 1986 году (в публикациях о таком явлении как гласность).

Тот факт, что по официальной доктрине пресса не обладала самостоятельным влиянием и воспринималась лишь как инструмент коммунистической партии, не означает, что сами журналисты не ощущали собственную значимость.

Демократическая теория отводит СМИ чрезвычайно важное место «четвертой власти», призванной охранять и предупреждать чрезмерную экспансию любой из трех официальных властей (исполнительной, законодательной и судебной). СМИ должны давать властям «обратную связь», информировать их о мнении избирателей по тем или иным важным вопросам, и прежде всего по поводу политики самого правительства.

Журналистика, считает Я.Н. Засурский, влиятельна. Однако ее влияние носит «инструментальный» характер, когда она выступает как проводник («орган») позиций и подходов государственной власти (особенно в условиях тоталитаризма при отсутствии оппозиции) и когда она оказывается в руках медиа – магнатов, решающих с помощью СМИ свои узкокорыстные задачи. И лишь на короткое время, когда СМИ оказываются вне влияния власти и капитала, она выступает подлинной «четвертой властью»[[16]](#footnote-16).

**2. СМИ в России как инструмент демократии**

В процессе становления СМИ как инструмента демократии возникают различные проблемы. По мнению Международного пресс - клуба, самыми актуальными из них являются:

1. Чрезмерная влияние государства на СМИ.
2. Отсутствие общественного телерадиовещания, который должен отражать публичный интерес.
3. Низкий уровень профессиональной подготовленности журналистов к работе.
4. Утрата доверия к СМИ по причине недостоверности излагаемой информации.
5. Неэффективная государственная поддержка СМИ, из чего следует сосредоточение СМИ в руках бизнес - структур.[[17]](#footnote-17)

По моему мнению, вполне объяснимо появление данных проблем на пути становления СМИ как инструмента демократии, поскольку изменилась вся структура, специфика, система СМИ. И для того, чтобы решить эти проблемы, необходимо выработать пошаговую концепцию, которая должна будет решить и реформировать все вышеперечисленные проблемы.

Таким образом, независимая плюралистическая пресса несомненно будет играть важную роль в мире и в демократическом обществе.

В связи с этим большое значение приобретают внутригосударственные и глобальные механизмы, гарантирующие недопущение использования свободы слова и новых информационных и коммуникационных технологий для разжигания национальной розни, экстремистских настроений, терроризма, и т.д. Средства массовой информации должны быть инструментами содействия предотвращению и урегулированию кризисов.

Практический опыт свидетельствует о том, что СМИ могут способствовать развитию демократии, сознательному участию граждан в политической жизни, но могут быть использованы и для политического манипулирования. Так называют процесс воздействия на общественное мнение и политическое поведение, скрытое управление политическим сознанием и поступками людей для того, чтобы направить их в нужную властным или определенным общественным силам сторону.

«Значение СМИ в демократическом процессе и демократизации всех сфер жизни неизмеримо возрастает, а ответственность их резко повышается»[[18]](#footnote-18).

**2.1 Характер информации, распространяемый СМИ**

Информация, передаваемая по каналам СМИ, характеризуется большим разнообразием. Ее содержание отражает все аспекты политики: экономической и социальной, военной и научно-технической, национальной и молодежной, а также другие стороны политической жизни.

Рассмотрим взаимодействие прессы и власти на примере газеты. "Российская газета" - общественно-политическая общенациональная газета новой России. Согласно опросу, проведенному Ассоциацией менеджеров, актуальность информации в "Российской газете" имеет наивысшую оценку среди других ежедневных качественных и деловых печатных СМИ. По вторникам 50 тысяч корпоративных подписчиков "Российской газеты" получают деловое ведомственное приложение "Российская Бизнес-газета". Это 8 полос информации об экономике, банках, финансах, бизнесе, сырьевых и финансовых рынках, тенденциях.

Государственные документы, публикующиеся в газете:

федеральные конституционные законы, федеральные законы (в том числе кодексы), указы Президента РФ, постановления и распоряжения Правительства РФ, нормативные акты министерств и ведомств (в частности приказы, инструкции, положения и т.д.). В газете также публикуются акты Федерального Собрания РФ (парламента), решения Конституционного Суда и другие акты.

Газета издается с 11 ноября 1990 года, выходит на 8-16 полосах формата А2, имеет статус официального публикатора государственных документов. Законодательные акты РФ вступают в силу после публикации в «Российской газете». Газета публикует качественную разностороннюю информацию для широкого круга читателей, профессиональные аналитические материалы и комментарии, тематические обзоры, текущие события в стране и за рубежом, новости политики, экономики, общественной жизни, науки, культуры, спорта. Газета распространяется на всей территории Российской Федерации. У «Российской газеты» - 14 региональных представительств, газета печатается в 32 городах России и СНГ и имеет 38 корпунктов в стране и за рубежом.

Статус официального публикатора законодательных актов является отличительной особенностью «Российской газеты» от других качественных ежедневных печатных СМИ. Фактически, «Российская газета» первой информирует читателей обо всех значимых событиях, происходящих в государственных органах Российской Федерации, и комментирует их с юридической и общественной точки зрения.

Основные рубрики газеты:

«Власть» - Информация о структуре власти, работе власти, национальных проектах, отставках и назначениях, о государственных наградах.

«Политика» - события во внутренней политике, внешней политике, геополитике.

«Экономика» - состояние макроэкономики, индексы и рейтинги, информация о состоянии биржи, банков, инвестиций.

«Мир и Россия» - Краткий обзор событий в экс - СССР, Европе, США, Ближнем и Дальнем Востоке, Африке, Азии, Азии, Америке.

«События и комментарии», «Общество», «Документы», «Культура», «Спорт».

Например, в новом выпуске «Российской газеты» от 17 апреля 2018 г.

# № 7544 можно прочитать множество материалов на тему политики и экономики страны, а конкретно:

# «Права и право» (Доклад омбудсмена Татьяны Москальковой представлен президенту и публикуется сегодня в «Российской газете»);

## «[Спросить мнение всех](https://rg.ru/2018/04/16/gosduma-rassmotrit-otvet-ssha-15-maia.html)» (Госдума начинает консультации по поводу проекта закона о контрмерах)

# «Брюссель пока не принял» (Мило Джуканович стал президентом Черногории);

# «[Война без названия](https://rg.ru/2018/04/16/lukianov-vojnu-v-konechnom-itoge-vyigryvaet-ili-proigryvaet-obshchestvo.html)» ([Лукьянов: Войну в конечном итоге выигрывает или проигрывает общество](https://rg.ru/2018/04/16/lukianov-vojnu-v-konechnom-itoge-vyigryvaet-ili-proigryvaet-obshchestvo.html));

«Пустые траты» (Украина похожа на Сомали);[[19]](#footnote-19)

**2.2 Роль СМИ в избирательной кампании.**

Вполне естественно и не является большим откровением, что представления населения о партиях и кандидатах формируются главным образом через информацию и оценки событий, получаемые из СМИ и тиражируемые, в какой-то мере, «из уст в уста» в ходе увиденного, услышанного и прочитанного.

Следует сразу подчеркнуть, что СМИ принадлежат к числу тех немногих институтов, которые пользуются в обществе на всем протяжении наших измерений достаточно высоким уровнем доверия. ЦИК России всегда уделяет большое внимание вопросам взаимодействия избирательных комиссий с организациями СМИ и вопросам обеспечения прав и законных интересов как этих организаций, так и всех иных участников избирательного процесса в сфере информационного обеспечения выборов.

Роль СМИ в избирательных кампаниях, особенно с распространением телевидения, значительно возросла. Это нашло отражение в структуре расходов участвующих в выборах партий и кандидатов: оплата газетной площади и эфирного времени на радио и телевидении для публикации агитационных материалов составляет существенную часть затрат. Внимание СМИ к возможным участникам выборов нарастает еще до начала избирательной кампании. А политические и общественные деятели, имеющие намерение быть кандидатами, стремятся привлечь к себе внимание СМИ. На этапе предвыборной агитации СМИ по сравнению с другими

способами воздействия на избирателей (собраниями, встречами кандидатов с гражданами, митингами и т. д.)[[20]](#footnote-20)

Еще одно свидетельство тесной связи СМИ и власти – материал из «Газета.ru»: «Финансирование средств массовой информации из федерального бюджета в этом году достигнет пятилетнего максимума в 83 млрд рублей. Но в 2019-2020 гг объем субсидий сократится на 18%. Это связано с завершением ряда крупных проектов, прежде всего, подготовки к проведению чемпионата мира по футболу в июне-июле этого года. Впрочем, вливания в крупнейшие государственные медиа-компании сильно урезаны не будут». Стоит отметить, что общий объем средств, которые идут на финансирование СМИ составляет 0,1% ВВП и 0,5% от общего объема бюджетных расходов в 2018 году. В 2019-2020 годах доля сократится до 0,4%. Минфин планировал, что уже в этом году медиа - расходы сократятся, но в итоге этого не случилось – они выросли на 7,5% по отношению к прошлому году. В 2017 году рост составил 2,4%.[[21]](#footnote-21)

**Заключение**

В ходе написания курсовой требовалось решить следующие задачи:

1. Изучить сущность и содержание процесса взаимодействия органов государственной власти и СМИ.

2. Проанализировать экономические и правовые основы функционирования СМИ в Российской Федерации.

3. Выделить инструменты, используемые властями в работе со СМИ.

Избранное направление исследования затрагивает множество аспектов общественного развития, без изучения которых невозможно раскрыть наиболее полно весь круг проблем, связанных с деятельностью средств массовой информации и власти в современных условиях. Опираясь на результаты проведенного исследования, можно сформулировать следующие основные выводы:

Проведя работу по этой теме, мы разобрались с азами организации взаимодействия государственной власти и СМИ.

Таким образом, в современном политическом процессе отношения между государством и средствами массовой информации можно определить как взаимозависимость двух субъектов политики, преследующих определённые интересы, достичь которых невозможно в отрыве друг от друга. Власть в этом случае, вырабатывает задачи и стратегию действий, пресса же находит наиболее действенные рычаги их реализации. В связи с этим можно утверждать, что государственная власть и СМИ напрямую влияют на ход политического процесса, во многом определяя его направленность и эффективность.

На примере газет «Российская газета» и «Газета.ru» мы видим, что пресса, сопровождая человека в течение всей его жизни, в значительной мере влияет на восприятие им политической и социальной информации.

**Список использованных источников**

1. С.Г. Корконосенко. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., / Журналистика в мире политики: Исследовательские подходы и практика участия, 2004. – 448 с.
2. Пугачев В.П. Средства массовой информации в современном политическом процессе // Вестник МГУ. Сер 12. Политические науки. 1995. № 5 12-15 с.

Луман Н. Самоописания. Пер. с нем./ А.Антоновский, Б.Скуратов, К.Тимофеева.//М.: Изд-во «Логос», ИТДГК «Гнозис». 2009. 320 с.

1. Составлено по источникам: Вебер М. Основные социологические понятия // М. Вебер. Избранные произведения: пер. с нем. М.: Прогресс, 1990. С. 628–630; Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие: пер. с нем. СПб.: Наука, 2000.320–325 с.

Е.П.Прохоров. – 2-е изд., перераб. И доп. – М.: Аспект Пресс / Журналистика и демократия: Учебное пособие, 2004. – 352 с.

1. П.Т. Сопкин Власть и пресса: конфронтация недопустима / Историческая и социально – образовательная мысль. 2016. Том.8 №4. Часть2. 89-92 с.

Д.Л. Стровский. Отечественная журналистика новейшего периода. ‒ М., 2014. ‒ 314 с.

1. Л.Л. Реснянская . – М.: Аспект Пресс / СМИ: Учеб. Пособие для студентов вузов 2007. – 256 с.

Ф.-С. Сиберт, У. Шрамм, Т. Питерсон. Четыре теории прессы./М.,1998. 16с.

Журнал «Знание. Понимание. Умение.» 2016. №1 [Электронный ресурс] http://journals.mosgu.ru/zpu/index

Учебные материалы [Электронный ресурс]

<https://works.doklad.ru/view/T-EebirfS_E.html>

Allbest [Электронный ресурс] https://otherreferats.allbest.ru/journalism/00390627\_0.html

# Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 25.11.2017) "О средствах массовой информации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2018)

1. Федеральный закон «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных СМИ» от 13.01.1995 г. № 7-ФЗ
2. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. Москва, 1995г. 294 с.
3. См.: Вестник МГУ. Журналистика. 1998. №5. 107,108 с.
4. Аналитический отчет о результатах исследования «Становление СМИ в России как инструмента демократии: политика государства и частных предприятий». - М., 2016.
5. Е.П.Прохоров. – 2-е изд., перераб. И доп. – М.: Аспект Пресс / Журналистика и демократия: Учебное пособие, 2004. – 352 с.
6. Официальный сайт «Российская газета» <https://rg.ru/gazeta/svezh.html>
7. Официальный сайт «Газета.ru» https://www.gazeta.ru/business/2018/03/28/11699354.shtml?updated

1. С.Г. Корконосенко. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., / Журналистика в мире политики: Исследовательские подходы и практика участия, 2004. – 448 с. [↑](#footnote-ref-1)
2. Пугачев В.П. Средства массовой информации в современном политическом процессе // Вестник МГУ. Сер 12. Политические науки. 1995. № 5 12-15 с. [↑](#footnote-ref-2)
3. Луман Н. Самоописания. Пер. с нем./ А.Антоновский, Б.Скуратов, К.Тимофеева.//М.: Изд-во «Логос», ИТДГК «Гнозис». 2009. 320 с. [↑](#footnote-ref-3)
4. Составлено по источникам: Вебер М. Основные социологические понятия // М. Вебер. Избранные произведения: пер. с нем. М.: Прогресс, 1990. С. 628–630; Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие: пер. с нем. СПб.: Наука, 2000.320–325 с. [↑](#footnote-ref-4)
5. Е.П.Прохоров. – 2-е изд., перераб. И доп. – М.: Аспект Пресс / Журналистика и демократия: Учебное пособие, 2004. – 352 с. [↑](#footnote-ref-5)
6. П.Т.Сопкин Власть и пресса: конфронтация недопустима / Историческая и социально – образовательная мысль. 2016. Том.8 №4. Часть2. 89-92 с. [↑](#footnote-ref-6)
7. Д.Л. Стровский. Отечественная журналистика новейшего периода. ‒ М., 2014. ‒ 314 с. [↑](#footnote-ref-7)
8. Л.Л. Реснянская . – М.: Аспект Пресс / СМИ: Учеб. Пособие для студентов вузов 2007. – 256 с. [↑](#footnote-ref-8)
9. Ф.-С. Сиберт, У. Шрамм, Т. Питерсон. Четыре теории прессы./М.,1998. 16с. [↑](#footnote-ref-9)
10. Журнал «Знание. Понимание. Умение.» 2016. №1 [Электронный ресурс] http://journals.mosgu.ru/zpu/index [↑](#footnote-ref-10)
11. Учебные материалы [Электронный ресурс]

    https://works.doklad.ru/view/T-EebirfS\_E.html [↑](#footnote-ref-11)
12. Allbest [Электронный ресурс] https://otherreferats.allbest.ru/journalism/00390627\_0.html [↑](#footnote-ref-12)
13. # Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 25.11.2017) "О средствах массовой информации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2018)

    [↑](#footnote-ref-13)
14. Федеральный закон «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных СМИ» от 13.01.1995 г. № 7-ФЗ [↑](#footnote-ref-14)
15. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. Москва, 1995г. 294 с. [↑](#footnote-ref-15)
16. См.: Вестник МГУ. Журналистика. 1998. №5. 107,108 с. [↑](#footnote-ref-16)
17. Аналитический отчет о результатах исследования «Становление СМИ в России как инструмента демократии: политика государства и частных предприятий». - М., 2016. [↑](#footnote-ref-17)
18. Е.П.Прохоров. – 2-е изд., перераб. И доп. – М.: Аспект Пресс / Журналистика и демократия: Учебное пособие, 2004. – 352 с. [↑](#footnote-ref-18)
19. Официальный сайт «Российская газета» https://rg.ru/gazeta/svezh.html [↑](#footnote-ref-19)
20. Allbest [Электронный ресурс] https://otherreferats.allbest.ru/journalism/00390627\_0.html [↑](#footnote-ref-20)
21. Официальный сайт «Газета.ru» https://www.gazeta.ru/business/2018/03/28/11699354.shtml?updated [↑](#footnote-ref-21)