

**СОЦИО-КУЛЬТУРНЫЕ И СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ
ТРАНСФОРМАЦИИ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ СМИ И ГОСУДАРСТВОМ
(НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКОГО МЕДИАПРОСТРАНСТВА
В ПЕРИОД С 1991 ПО 2019 ГГ.)**

Соне Сингх,

Университет имени Джавахарлала

Неру, Индия

Аннотация. Россия сегодня - это совсем не та страна, которая когда-то стояла на страже коммунистической идеологии во всем мире. Почти через двадцать восемь лет после своего распада, страна в 2019 году, стала свидетелем многих изменений в виде многопартийной системы, перехода к рыночным реформам и перешла от государственного контроля над СМИ к судебным гарантиям свободы выражения мнений и снова вернулась к утверждению государственной власти, где заявлено, что степень свободы прессы в России ограничена и что СМИ вынуждены прибегать к самоцензуре. Спустя почти двадцать восемь лет после распада Советского Союза можно с уверенностью сказать, что российские СМИ не подпадают под сферу действия западной концепции прессы и что, несмотря на ограничения, в настоящее время существуют огромные возможности для распространения информации, особенно в связи с ростом интернета и расширением охвата социальных сетей.

Целью настоящей статьи является краткое исследование социокультурных и социально-политических факторов развития отношений между СМИ и государством в России в период с 1991 по 2019 год.

Ключевые слова: взаимоотношения государства и средств массовой информации; социокультурные факторы; социально-политические условия; распространение информации; новостной поток; медиaproстранство.

После установления коммунистической формы правления в 1917 году одной из важнейших задач, стоявших перед руководителями Советского Союза, было создание коммунистических органов массовой информации, которые должны были вести пропагандистскую работу партии и служить примером для последующего поколения марксистов в России и других странах. Маркс и Ленин выступали за создание централизованной партийной печати для последующей социалистической революции и призывали к созданию в стране общероссийской политической газеты. Для В.И. Ленина печать играла в обществе три главные роли-коллективного пропагандиста, коллективного агитатора и коллективного организатора, и все это можно было встретить через газету, которая должна была вести систематическую, всестороннюю пропаганду и агитацию за революцию.

Отношения между прессой и Коммунистической партией Советского Союза (КПСС) всегда были таковы, что на протяжении всего периода до гласности партия контролировала, направляла и направляла прессу. Директивное управление КПСС было главным руководством в работе советских средств массовой информации. Таким образом, главная задача средств массовой информации в Советском Союзе заключалась в том, чтобы выступать в качестве наиболее мощного средства связи партии с массами и посвящать наибольшую долю своей продукции проблемам организации экономики и социальной инфраструктуры.

До распада СССР в 1991 году именно Михаил Горбачев заложил большую основу свободы СМИ в России: политика гласности сделала возможным появление антикоммунистических взглядов, а закон о СМИ 1990 года дал судебные гарантии свободы слова. Это был амбициозный документ, который обещал свободу слова и отменял цензуру. Позже были приняты другие законы (Конституция 1993 года), которые также обещали свободу СМИ в стране [1,2].

Когда Борис Ельцин стал президентом новой России, он столкнулся с разрушением социального, политического и экономического порядка, существовавшего более семидесяти лет. Распад советской системы также поставил новые задачи перед средствами массовой информации, которые были такими яркими после гласности, но теперь начали сталкиваться с проблемами из-за экономического кризиса, что означало падение тиражей. В качестве способа борьбы с экономическим кризисом, последовавшим после распада СССР, государство приняло шоковую терапию и политику либерализации цен, что не помогло СМИ в долгосрочной перспективе.

Либерализация привела к огромному росту стоимости газетной бумаги, ее распространения и печати, что привело к общему росту стоимости производства газет. Таким образом, операционные расходы газетных изданий выросли, значительно опередив их способность генерировать доход. С отменой ценового контроля стоимость одной только газетной бумаги выросла с 300 рублей за тонну до 13 тысяч рублей за тонну. Например, «Известия» сообщали об увеличении общих производственных расходов в 200 раз по сравнению с предыдущими начислениями. Редакция терпела убытки от подписки и постепенно ситуация ухудшилась до такой степени, что «Известия» фактически субсидировали своих подписчиков в размере более двух рублей за выпуск [3].

Покрыть растущие расходы за счет подписки, продаж и рекламы было теперь нелегкой задачей для газет. Хотя в эпоху М.С. Горбачева количество публикаций увеличилось, но безудержная инфляция и повсеместная задолженность по зарплате и пенсиям снизили покупательную способность российского народа, что привело к падению тиражей газет к началу 1990-х годов.

Постепенно определенные тенденции стали очень четкими. Большинство читателей подписались только на одну газету, вместо того, чтобы покупать

несколько, как обычно в прошлом. Региональные газеты стали печатать больше экземпляров, чем центральные. К 1993 году региональная пресса превзошла Центральную на семь миллионов экземпляров. Еще одним результатом экономического кризиса стала нехватка иностранных инвестиций – в отличие от того, что произошло в Восточной Европе. Резкое снижение тиражей центральной прессы можно было бы также продемонстрировать, если бы сравнить тиражи некоторых известных газет в период с конца 1991 года по начало 1995 года. За этот период тираж «Известий» сократился с 4 700 000 до чуть более 811 000 экземпляров. Тираж «Правды» упал со 120 000 до 325 000 экземпляров. И очень популярный еженедельник «Аргументы и факты» еще более резко снизился с чуть с 24527000 до 4200000.

В ситуации, когда пресса терпела убытки из-за рыночной политики правительства, у газет оставался ограниченный выбор: либо искать спонсорство у ельцинского режима, либо обращаться к новым частным корпорациям. Постсоветский виток субсидирования начался 20 февраля 1992 года, когда Ельцин ввел указ «О дополнительных мерах правовой и экономической защиты периодической печати и государственного издательского дела». Указ конкретно нацелен на двойную угрозу, выявленную средствами массовой информации в виде продолжающейся государственной монополизации всех основных издательских услуг и новой политики либерализации цен. В частности, она установила обязательную квоту на производство газетной бумаги с регулируемыми ценами, гарантировала государственную компенсацию госпредприятиям в связи с сокращением расходов на распространение, призвала к быстрой демонополизации распределительных сетей и разрешила субсидии российским изданиям. Однако сам указ был юридически и практически неосуществим и не признавал жестких бюджетных ограничений российского

правительства [3].

Влияние экономических реформ ощущалось и в сфере телевидения. К концу 1993 года в России было два канала с общенациональным охватом – Первый канал (Останкино) и второй канал (российское телевидение) – оба принадлежали и управлялись государством. Из-за экономического кризиса, обрушившегося на страну, Первый канал терпел убытки и был приватизирован в 1995 году. Он был переименован в Общественное российское телевидение (ОРТ), и государству принадлежал 51% акций. В 1993 году также были запущены две крупные частные станции: ТВ-6 с потенциальной аудиторией в 60 городах России и бывшего Советского Союза и НТВ, с потенциалом в 100 миллионов зрителей в европейской части России.

Система финансовой помощи СМИ изменилась с конца 1995 года, с принятием Федерального закона «О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания в Российской Федерации», который предусматривал косвенное субсидирование (налоговые льготы, освобождение от уплаты таможенных пошлин, снижение тарифов на коммунальные услуги) всего медийного сектора. Закон устанавливал концессии для печатных и электронных средств массовой информации, которые будут удерживаться только от того, что закон называет «специализированными» публикации от спонсируемых и эротических программ [4].

В 1995 году был принят еще один федеральный закон «О финансовой поддержке районных (городских) газет». Согласно этому закону деньги из федерального бюджета будут направлены на развитие физической инфраструктуры газет, оплату расходов на доставку, покупку бумаги и покрытие расходов на печать. Теоретически государственные и муниципальные, а также государственные и частные издания имеют право на получение субсидий.

Главным критерием получения государственных денег стало включение газеты в «федеральный реестр» районных (муниципальных) газет, составленный комиссией из представителей законодательной и исполнительной власти субъектов Федерации и региональных отделений Российского Союза журналистов и общественных объединений.

В 1993 году в России было два государственных телеканала: Первый канал (Останкино) и второй канал (российское телевидение). Первый канал был позже приватизирован в 1995 году и переименован в Общественное российское телевидение (ОРТ), причем 51% акций принадлежало государству, а остальные 49% принадлежали Борису Березовскому, главе промышленного конгломерата «ЛогоВАЗ». К концу второго президентского срока Б. Ельцина медиа империя Березовского включала контроль над каналами ОРТ и ТВ-6, газетами «Независимая газета» и «Коммерсантъ» [5].

По мере ухудшения экономических условий журналисты понимали, что самый простой выход из сложной финансовой ситуации – либо искать государственные субсидии, либо искать инвесторов среди формирующегося бизнеса. В то время как государство тоже субсидировало прессу, последний вариант также стал довольно популярным в Москве, где магнаты бизнеса быстро поняли политическое значение СМИ для продвижения своих интересов.

Владимир Гусинский был еще одним бизнесменом, который поднялся на медийном горизонте в России как владелец частной телевизионной сети НТВ в 1993 году, что привело к созданию его холдинга «Медиа-Мост». Позже он стал владельцем двух ежедневных газет – «Сегодня» и «Итоги». В следующем году он купил контрольный пакет акций радиостанции «Эхо Москвы». К 1995 г. большинство медиа организаций в России были разделены между крупными межинституциональными группами (SIGs), которые либо покупали акции, либо

контролировали медиа организации неофициально. Из основных групп национального значения, возникших в России, особую актуальность для СМИ имели группа, сосредоточенная вокруг мэра Москвы Юрия Лужкова, которому принадлежал ТВ-Центр; альянс предпринимателя и политического авантюриста Бориса Березовского и бизнесмена Романа Абрамовича, одного из владельцев нефтяной компании «Сибнефть»; «Медиа-Мост», принадлежащий Владимиру Гусинскому и Рему Вяхиреву [6].

Некоторые исследователи в своих работах пишут, что «к 1996 году вся система СМИ приобрела почти советскую стабильность и была разделена между империями олигархов, и все больше отражала интересы не общества, а финансово-политических групп. От былой романтики не осталось и следа. Для многих журналистов, их профессия стала бизнесом. К началу 1997 года трудно было найти московские СМИ, которые не имели бы прямых или косвенных связей с банками или финансовым сектором» [7].

К концу 1999 года Б.Н. Ельцин подал в отставку до окончания своего срока полномочий. В этот момент казалось, что премьер-министр Евгений Примаков и его «Отечество-Вся Россия» окажутся в лучшем положении из всех партий, которые будут бороться за места в новой Думе, что создаст контекст для президентских выборов, которые должны были состояться через шесть месяцев. В это время в конце сентября 1999 года была сформирована новая партия – «Единство», которой удалось занять второе место на выборах в новую Думу по партийным спискам. Победа премьер-министра Владимира Путина на этом этапе стала результатом поддержки СМИ, в частности государственного телевидения, которое действовало под прямым контролем Кремля и олигарха Бориса Березовского.

Два телеканала в это время – ОРТ и РТР – продвигали премьер-министра

В.В. Путина и его избирательный блок «Единство». Журналисты и ученые утверждают, что В.В. Путин пользовался благосклонностью СМИ.

Когда В.В. Путин пришел к власти, он пошел на задачу восстановления государственного контроля над СМИ, преследуя владельцев СМИ, чей откровенно негативный общественный имидж сделал их лучшей мишенью. Сразу через три недели после избрания В.В. Путина президентом и вступления в должность был арестован олигарх Владимир Гусинский, основатель частного банка «Мост-банк» и компании «Медиа-Мост», в которую входили вторая по величине телевизионная сеть НТВ, ежедневные газеты «Сегодня» и «Итоги». Арест получил огласку, потому что В. Гусинский был одним из ключевых игроков в экономической и политической жизни страны. Ему были предъявлены обвинения в уклонении от уплаты налогов и хищении имущества.

За месяцы, последовавшие за первым рейдом, филиалы корпорации В. Гусинского десятки раз подвергались обыскам, открывались и закрывались производства, допрашивались сотрудники В. Гусинского, обыскивались их квартиры. 20 июля 2000 года В. Гусинский согласился подписать сделку по продаже своего контрольного пакета акций «Медиа-Мост» корпорации «Газпром» в обмен на свободу.

Постепенно корпорации «Газпром» удалось сменить руководство «Медиа-Мост» после двух лет судебных разбирательств, и к апрелю 2001 года к власти пришло новое руководство. Постепенно корпорации «Газпром» удалось полностью контролировать другие дочерние компании «Медиа-Мост», в том числе Издательский дом «Семь дней», который издавал «Сегодня» и «Итоги», а также радиостанцию «Эхо Москвы».

Другой известный российский медиа-барон, Борис Березовский, который владел телеканалом ТВ-6 и был бывшим исполнительным секретарем СНГ и

заместителем Секретаря Совета Безопасности России, стал мишенью. Б. Березовский имел большую долю в телекомпании ОРТ, а также в коммерческой телевизионной станции ТВ-6, радиостанции «Национальная служба новостей» и нескольких новостных изданиях, включая «Национальную Независимую газету» и «Коммерсантъ». Его медиа-империя поддерживала Б. Ельцина во время его переизбрания в 1996 году, и он также, как говорили, был «близок к Путину». Однако он тоже вступил в конфликт с В. Путиным после президентских выборов 2000 года, в частности из-за его планов «конкурировать за власть с президентом». Затем последовал ряд избирательно применяемых финансовых законов, в результате которых Б. Березовский был лишен контрольного пакета акций ОРТ и потерял контроль над ТВ-6.

События, произошедшие в России после акции против медийных олигархов, положили конец недолгой эре негосударственного телевидения, существовавшей в России, когда государство взяло на себя полную монополию на национальные каналы. Говоря о состоянии российских СМИ, В.В. Путин отметил, что «так же, как сильной, стабильной, многопартийной системы в нашей стране не существует, свободная пресса также находится только в стадии становления и в этом свете самое главное – создать экономический фундамент, на котором Свободная пресса и независимая пресса могут существовать сами по себе» [8].

С 2002 года при правлении В.В. Путина произошли два кризиса с захватом заложников в Московском театре, где людей взяли в заложники и показали по телевидению, а также появились интервью с террористами. Это привело к внесению поправки в Закон «О борьбе с терроризмом». В 2003 году была также принята антитеррористическая конвенция, в которой содержатся руководящие принципы поведения журналистов, освещающих акты терроризма.

Другим инцидентом стал захват заложников в Беслане в 2004 году, когда около 10-15 вооруженных боевиков осадили школу в Беслане. Кризис был распространен в течение трех дней, когда более 1100 человек были взяты в качестве заложников, что привело к гибели 334 человек, в том числе 186 детей. После этого события в 2003 и 2005 годах были внесены изменения в Федеральный закон «О чрезвычайных ситуациях» (2001 год). Документ допускал «введение цензуры на территории, где президент объявил чрезвычайное положение». В нем также содержатся положения, касающиеся аккредитации и деятельности журналистов, работающих на территориях, где было объявлено чрезвычайное положение.

В период первого президентского срока В.В. Путина появились и другие конкретные нормативные акты, такие как Доктрина информационной безопасности, Федеральный закон о чрезвычайных ситуациях и антитеррористическая Конвенция.

В начале этого одиннадцатилетнего периода, первые четыре года были временем перемен, когда Дмитрий Медведев занял пост президента между 2008 и 2012 годами. Будучи юристом по профессии, Д. Медведев считал, что наличие хорошего закона недостаточно для демократии и, что отмена цензуры и провозглашение свободы прессы недостаточно для того, чтобы журналистика служила инструментом демократии.

В 2011 году выборы в парламент прошли в декабре, а через год В.В. Путин был избран президентом в третий раз. К 2012 году интернет закрепился в России, и этот факт был продемонстрирован, когда проходили протесты, где интернет играл главную роль. Протесты начались, когда часть населения России начала высказывать свое неодобрение результатов выборов, ссылаясь на фальсификацию выборов в пользу партии В.В. Путина «Единая Россия». В

декабре того же года десятки тысяч разочарованных российских граждан собрались в Москве; через две недели число участников возросло до 100 000 человек. Эти протесты были, безусловно, крупнейшими антиправительственными демонстрациями со времени распада Советского Союза в 1991 году; предыдущие протесты привлекли не более 200 человек.

Период в 28 лет не является большим сроком для государств, переходящих к новой модели власти. В случае России, если мы посмотрим на то, как развивались отношения между государством и средствами массовой информации на протяжении многих лет, мы можем проследить три широкие траектории, по которым первый этап произошел с распадом СССР в 1991 году и концом однопартийной монополии средств массовой информации. В это время средства массовой информации только начали демонстрировать независимое поведение, и государство также предоставило правовые гарантии свободы выражения мнений.

Однако экономические проблемы и растущая инфляция привели к тому, что печатная бумага стала очень дорогой, и это привело ко второму этапу, когда средства массовой информации начали искать частных акционеров для спасения, что привело к межведомственным холдингам и росту частного телевидения. Эта фаза продолжалась до тех пор, пока В.В. Путин не пришел к власти в 1999 году, и его правление было известно, как период, когда государство пыталось восстановить власть, вернув телеканалы под власть правительства.

Современные СМИ широко применяют методы подсознательного воздействия на общество, когда отношение социума к тем или иным процессам, событиям, происходящим в окружающей действительности, формируется с помощью определенных стереотипных представлений, которые включаются в новостной поток, автоматически активируя в массовом сознании либо

положительную, либо отрицательную реакцию на определенное событие. Основной целью СМИ в таком случае становится – создание прочного, устойчивого отношения к данному событию. Данный метод является действенным, потому что благодаря своей биологической природе, человек легко подвержен внушению, подражательности и заразительности [9].

Однако в 2019 году медиа пространство в России все еще очень обширно и имеет огромные возможности для роста, особенно интернет. Несмотря на законы и запреты, невозможно запретить людям высказывать свое мнение, и это приводит к мысли, что, несмотря на контроль, осуществляемый правительством, остаются возможности для свободы слова средств массовой информации.

Литература

1. Закон СССР от 12.06.1990 N 1552-1 «О печати и других средствах массовой информации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ESU&n=59#08458685941809381>.

2. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399.

3. Adam Jones The Press in Transition, PhD. Thesis, Canada: University of British Columbia, 1999.

4. Федеральный закон "О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации" от 01.12.1995 N 191-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8480.

А-фактор: научные исследования и разработки (гуманитарные науки)

№3, 2019. – раздел: социологические науки

www.a-factor.ru

5. Белин Л. Российские СМИ в 1990-х // Журнал коммунистических исследований и политики переходного периода. – 2002. - №18 (1). – С. 139-160.

6. Koltsova O. News Media and Power in Russia. L., NY: Routledge, 2006.

7. Ажгихина Н. Борьба за свободу прессы в России: размышления российского журналиста // Europe-Asia Studies. – 2007. - №59 (3). – С. 1245-1262.

8. Gehlbach, Scott (2010), «Reflections on Putin and the media», Post-Soviet Affairs, 26 (1): 77-87.

9. Лаврова А.В. Особенности исследований формирования общественного мнения и влияния СМИ в современной информационно-коммуникативной среде [Электронный ресурс] // А-фактор: научные исследования и разработки (гуманитарные науки). – 2018. – № 3. – Режим доступа: <http://www.a-factor.ru/archive/item/70-osobennosti-issledovanij-formirovaniya-obshchestvennogo-mneniya-i-vliyanija-smi-v-sovremennoj-informatsionno-kommunikativnoj-srede>.

**SOCIO-CULTURAL AND SOCIO-POLITICAL FACTORS
OF TRANSFORMATION OF RELATIONS BETWEEN THE MEDIA
AND THE STATE (BY THE EXAMPLE OF THE RUSSIAN MEDIA SPACE
BETWEEN 1991 AND 2019)**

Sonia Singh,

Jawaharlal University

Nehru, India

Annotation. Russia today is not the country that once stood guard over Communist ideology around the world. Almost twenty-eight years after its collapse, the country in 2019 witnessed many changes in the form of a multi-party system, transition to market reforms and moved from state control over the media to judicial guarantees of freedom of expression and back to the assertion of state power, where it

is stated that the degree of freedom of the press in Russia is limited and that the media are forced to resort to self-censorship. Almost twenty-eight years after the collapse of the Soviet Union, it is safe to say that the Russian media do not fall within the scope of the Western concept of the press and that, despite limitations, there is now a huge opportunity for the dissemination of information, especially with the growth of the Internet and the expansion of social media.

The purpose of this article is a brief study of socio-cultural and socio-political factors in the development of relations between the media and the state in Russia in the period from 1991 to 2019.

Key words: *relations between the state and mass media; socio-cultural factors; socio-political conditions; information dissemination; news flow; media space*

References

1. The law of the USSR of 12.06.1990 N 1552-1 "About the press and other mass media" [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ESU&n=59#08458685941809381>.

2. The Constitution of the Russian Federation (adopted by popular vote 12.12.1993) (subject to amendments made by the Laws of the Russian Federation on amendments to the Constitution of 30.12.2008 N 6-FKZ, 30.12.2008 N 7-FKZ, 05.02.2014 N 2-FKZ, 21.07.2014 N 11-FKZ) [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399.

3. Adam Jones in The Press in Transition, PhD. Thesis, Canada: University of British Columbia, 1999.

4. The Federal law "About the state support of mass media and book publishing of the Russian Federation" of 01.12.1995 N 191-FZ [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8480.

5. Belin L. Russian media in the 1990s // Journal of Communist studies and politics in transition. – 2002. – No. 18 (1). – P. 139-160.
6. O. Koltsova News Media and Power in Russia. L., NY: Routledge, 2006.
7. Azhgikhina N. Struggle for press freedom in Russia: reflections of a Russian journalist // Europe-Asia Studies. – 2007. - No. 59 (3). – P. 1245-1262.
8. Gehlbach, Scott (2010), "Reflections on Putin and the media", Post-Soviet Affairs, 26 (1): 77-87.
9. Lavrov A.V. Features of research on the formation of public opinion and the influence of the media in the modern information and communication environment [Electronic resource] // A-factor: research and development (Humanities). – 2018. – No. 3. – Mode of access: <http://www.a-factor.ru/archive/item/70-osobennosti-issledovaniy-formirovaniya-obshchestvennogo-mneniya-i-vliyaniya-smi-v-sovremennoj-informatsionno-kommunikativnoj-srede>