

Секция «Журналистика»

Анализ направлений совершенствования государственной медиаполитики в целях стимулирования экономического роста Российской Федерации

Войнова Ольга Андреевна

Студент

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, Факультет

международного бизнеса, Омск, Россия

E-mail: kisses@mail.ru

Задача ускорения темпов экономического роста является актуальной для каждого государства, особенно в условиях мирового финансового кризиса.

На темпы экономического роста влияет множество различных факторов. При анализе данных факторов обычно рассматриваются лишь экономические. Между тем, существует ряд факторов, не относящихся напрямую к экономической сфере, однако влияющих на темпы экономического роста страны. В частности, такой фактор, как свобода слова в обществе, хоть и не относится к экономическим, но, тем не менее, способен оказывать значительное воздействие на экономический рост.

Степенью свободы слова определяется, в том числе, и качество информационной продукции СМИ, и уровень удовлетворенности информационных потребностей аудитории СМИ в данной стране.

Неотъемлемой характеристикой принятия решений в любых сферах деятельности является недостаточно полное знание обо всех существующих возможностях и факторах, способных повлиять на результаты решений. Информация же способствует уменьшению неопределенности. Применение информации создает условия для повышения качества продукции, экономии ресурсов, расширения возможностей людей.

Таким образом, значимость деятельности независимых СМИ, действующих в условиях свободы слова, сложно переоценить. СМИ предоставляют аудитории необходимую информацию. И в то же время получение информации из СМИ обычно (в силу действия эффекта масштаба) требует от потребителей меньших затрат, чем получение информации из других источников.

СМИ способны влиять на уменьшение информационных затрат общества. Однако информационные издержки являются частью транзакционных, поэтому деятельность независимых СМИ снижает и транзакционные издержки [5, с. 27], что приводит к ускорению экономического роста. К примеру, есть расчеты, согласно которым в государствах, где пресса получила широкое распространение, обычно доля ВВП на душу населения больше [2, с. 163].

Значительное влияние, которое способен оказывать на состояние экономики уровень транзакционных издержек, отмечают и российские экономисты. К примеру, В.Е. Дементьев утверждает следующее: «Экономической теорией давно доказано, что возможности рыночной саморегуляции зависят от уровня транзакционных издержек; все, что снижает последние, одновременно служит фактором повышения дееспособности рыночных механизмов» [3, с. 53].

В то же время степень воздействия СМИ на ускорение экономического роста определяется действием ряда факторов, влияющих на характеристики информационной продукции СМИ [1, с. 185]. В число данных факторов входят: структура собственности

на СМИ, экономическая структура отрасли, доступность источников финансирования, доступность источников информации, государственная медиapolитика и прочие.

Особую роль среди названных факторов играет государственная медиapolитика, посредством которой можно корректировать воздействие на рынок СМИ всех прочих факторов.

Автором были выделены и проанализированы наиболее актуальные проблемы медиapolитики в России.

Во-первых, это проблемы в сфере законодательного регулирования деятельности СМИ. Основной закон, регулирующий деятельность СМИ в РФ, это закон «О средствах массовой информации» 1991 года [4].

На сегодняшний день можно отметить ряд несовершенств данного закона. Так, Закон не регулирует отношений журналистов с собственниками СМИ. Не ограничиваются возможности собственников СМИ по воздействию на содержание распространяемого СМИ контента.

Ещё одной проблемой российских СМИ является отсутствие законодательных ограничений на одновременное владение несколькими СМИ. Такие ограничения могли бы способствовать усилению конкуренции между СМИ.

В большинстве развитых стран, например, существует ограничение на количество каналов, находящихся в руках одного владельца. Кроме того, не допускается ситуация, когда большинство крупных газет и журналов принадлежат одному владельцу.

Во-вторых, это группа проблем, связанных с практикой осуществления СМИ доступа к информации, ее производства и распространения. Основная причина проблем - несоблюдение законодательства, регулирующего рынок СМИ, властями.

В частности, у СМИ возникают трудности при получении доступа к информации. Так, информация, которая по закону должна быть предоставлена, может объявляться не подлежащей раскрытию. Кроме того, при предоставлении аккредитации, к журналистам могут предъявляться завышенные требования или запрашиваться излишние сведения.

Ещё одна проблема – это бюрократизированность административных процедур. Например, процедура лицензирования СМИ в РФ является достаточно трудоёмкой.

Третья группа проблем - проблемы, связанные с деятельностью судебной ветви власти. В соответствии с существующим законодательством, судебной системой осуществляется защита прав работников СМИ, однако в судах рассматриваются далеко не все случаи нарушения законодательства.

Итак, на основании анализа проблем осуществления медиapolитики в России, а также на основе анализа опыта государственной медиapolитики зарубежных стран автором предложен ряд направлений совершенствования российской медиapolитики:

- внесение в закон о СМИ положения о собственнике СМИ;
- введение ограничений на одновременное владение СМИ;
- контроль за исполнением законодательства;
- упрощение бюрократических процедур.

Совершенствование медиapolитики РФ может расцениваться как одно из ключевых средств повышения качества информационной продукции СМИ, снижения информационных и транзакционных издержек, а также стимулирования экономического роста в России.

Литература

1. Авдеева О. А. Рынок СМИ в России и зарубежных странах: сравнительный анализ. Омск, 2010.
2. Дайк А., Дзингалес Л. Роль СМИ в управлении корпорациями // Право на свободу слова. Роль СМИ в экономическом развитии. М, 2005. С. 137-175.
3. Дементьев В. Е. Доверие – фактор функционирования и развития современной рыночной экономики // Российский экономический журнал. 2004. №. 8.- С. 46-65.
4. Закон РФ от 27.12.1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации» – в ред. 01.01.2010 г. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс».
5. Уильямсон О. И. Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация. СПб, 1996.