

Основы российской медиаполитики: законодательство и саморегулирование

Научный руководитель – Вартанова Елена Леонидовна

Самородова Элина Вадимовна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

E-mail: elina_samorodova@mail.ru

Современная медиаполитика представляет комплекс мер государственного и общественного регулирования [1]. Согласно известному исследователю медиа Д. МакКуэйлу, медиаполитика представляет собой «политические, законодательные, экономические, а также культурные рамки, в которых сегодня регулируется деятельность СМИ в обществе» [2]. На ее эффективность влияют такие факторы, как общественно-политическое развитие государства, законодательство, полномочия профессиональных организаций, особенности медиарынка и др.

В России государственная политика, проводимая через медиа, становится частью стратегии информационного развития страны [3]. На государственном уровне регулирование медиа осуществляется федеральными службами и министерствами: Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор), Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям (Роспечать), Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ и др.

Законодательная база в сфере медиа в России постоянно обновляется с учетом общественных трансформаций. Ее основой является Закон РФ «О средствах массовой информации», принятый 27 декабря 1991 г. За 27 лет в закон был внесен ряд поправок, обусловленный развитием других отраслей права и необходимостью их согласованности между собой.

Кроме того, ключевыми нормативно-правовыми актами, регулирующими деятельность медиа в России являются федеральные законы («О связи», «О рекламе», «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», «О противодействии экстремистской деятельности», «О противодействии терроризму» и др.), указы президента («Об общероссийских обязательных общедоступных телеканалах и радиоканалах»), постановления органов государственной власти.

Так, современное российское законодательство в сфере медиа включает обширный ряд законодательных актов, в то время как система саморегулирования менее развита. Основными органами саморегулирования медиа в России являются Большое жюри Союза журналистов России, в обязанности которого входит разрешение конфликтных ситуаций нравственно-этического характера, и Общественная коллегия по жалобам на прессу, обрабатывающая жалобы на нарушение медиаэтики.

Таким образом, наблюдается несоответствие количества нормативно-правовых актов и инструментов саморегулирования медиа. Сегодня успешное функционирование медиаполитики в России подразумевает целостность государственного и саморегулирования медиа, поэтому представляется важным расширение мер саморегулирования и сотрудничество профессиональных сообществ с органами государственной власти.

Источники и литература

- 1) Вартанова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики [Серия: Академические монографии]. – 2-е изд., испр. – М.: МедиаМир, 2014. – 280 с.
- 2) МакКуэйл Д. Журналистика и общество. М.: Фак. журн. МГУ; Медиамир, 2013.
- 3) Галкина М.Ю., Лехтисаари К. Прогноз изменения государственного регулирования российских СМИ // Медиаскоп. 2016. Вып. 4.