

УДК 94(470)

**РЕГИОНАЛЬНОЕ ПРАВОВОЕ ПОЛЕ  
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СМИ ТАТАРСТАНА  
(на основе анализа законодательных  
актов РТ с 2000 по 2010 г.)**

*Д.А. Нуриева*

**Аннотация**

Функционирование средств массовой информации региона зависит от общегосударственной политики в области СМИ. Однако в каждом субъекте имеются свои особенности выстраивания отношений между СМИ и официальной властью. В статье правовые акты Республики Татарстан рассматриваются как один из аспектов формирования государственной политики в области региональных СМИ. Проведенный анализ позволяет выделить ориентиры во взаимоотношениях власти региона и журналистского сообщества на основании наиболее объективных источников – официальных документов органов государственной власти. Приоритетные направления государственной политики, определение повестки дня и тематической составляющей контента СМИ региона – все это может быть объективно изучено по страницам законодательных актов. Настоящее исследование также имеет целью выявить наиболее полный список источников для изучения государственной политики в области СМИ для дальнейших научных изысканий по выбранной тематике.

**Ключевые слова:** государственная политика в области СМИ, система СМИ, СМИ Татарстана, история СМИ Татарстана, телевидение Татарстана.

---

Деятельность средств массовой информации сегодня регулируется множеством факторов как объективного, так и субъективного порядка. К последним можно отнести трансформацию традиционных СМИ под влиянием современных технологий, запросов аудитории, конкретных территориально-исторических условий. Задачей настоящего исследования является изучение одного из главных факторов объективного порядка, формирующего систему СМИ, – государственной политики, находящей отражение на страницах официальных документов органов власти.

Наиболее полное определение ключевого для данного исследования термина *государственная политика в сфере СМИ* приведено известным теоретиком телевидения В.В. Егоровым: «Государственная информационная политика есть совокупность мер, направленных на оптимальное функционирование средств массовой информации с целью недопущения их отчуждения от общества, от человека, его интересов» [1, с. 43]. По Е.П. Прохорову, государственная политика в сфере СМИ находит отражение в российском законодательстве как совокупность руководящих начал журналистской деятельности [2, с. 212]. «Концепция

государственной информационной политики» среди основных задач государственной информационной политики называет «формирование единого информационного пространства России и ее вхождение в мировое информационное пространство, обеспечение информационной безопасности личности, общества и государства, формирование демократически ориентированного массового сознания, становление отрасли информационных услуг, расширение правового поля регулирования общественных отношений, в том числе связанных с получением, распространением и использованием информации» (КГИП).

Основным законом, регулирующим деятельность СМИ в России, является Закон «О средствах массовой информации» (ОСМИ). Республика Татарстан, являясь субъектом Российской Федерации, регулирует деятельность региональных СМИ согласно данному акту и не имеет собственной законодательной базы, касающейся функционирования средств массовой информации. Однако, как показало настоящее исследование, регулирование СМИ осуществляется и с помощью неспециализированных законодательных актов (то есть напрямую не связанных со СМИ).

Так, один из документов, детально прорабатывающих механизмы деятельности СМИ в предвыборный период, – Избирательный Кодекс Республики Татарстан (ИК). Во многом, как того и требует российское законодательство, Кодекс дублирует положения федерального акта, однако в нем есть место и региональной составляющей. В частности, статья 60 данного Закона регламентирует проведение предвыборной агитации на телевидении и в печати. В ней отдельно оговаривается специфика проведения кампании именно в региональных СМИ, в том числе содержится указание о недопустимости превышения времени агитации кампании местного уровня над кампаниями более высокого уровня. Иными словами, агитация при выборах федерального масштаба априори будет находить более широкое освещение в СМИ, чем агитация во время региональной кампании. При этом в статье 46 настоящего Закона оговаривается обязанность избирательных комиссий направлять в СМИ информацию о фактах недостоверности предоставляемых кандидатами сведений (данное положение, как показало исследование, содержится во многих региональных избирательных кодексах на территории РФ).

Отдельные положения, касающиеся деятельности СМИ в Татарстане, содержатся также в Земельном Кодексе РТ (ЗК), Бюджетном Кодексе РТ (БК) и Экологическом Кодексе РТ (ЭК). Не углубляясь во внутриредакционную политику, статьи указанных кодексов лишь обязывают профильные министерства и ведомства информировать СМИ о тех или иных процессах в определенном порядке.

Стоит отдельно выделить блок законодательных актов, более детально регламентирующих деятельность СМИ. Как показал проведенный анализ законодательства РТ в сфере СМИ, этот пласт документов в первую очередь влияет на формирование повестки дня региональных СМИ, определяя тематическую направленность публикаций. Так, показательным в данном смысле можно назвать Закон РТ «Об инновационной деятельности в Республике Татарстан» (ОИД). В статье 17 настоящего Закона оговаривается необходимость информирования граждан посредством СМИ о достижениях в научно-технической деятельности Татарстана в целях повышения инвестиционной привлекательности региона.

На практике данный пункт реализуется созданием профильными ведомствами специальных информационных поводов о тех или иных открытиях, разработках в сфере инновационной деятельности. В дальнейшем это находит отражение, в частности, в региональном телеэфире, реже – в федеральном (например, в информационном канале «Россия 24»). Таким образом государственные органы власти Республики Татарстан формируют образ региона как инновационного (Татарстан входит в Ассоциацию инновационных регионов России), привлекательного для партнеров, в том числе и зарубежных.

В этом же ключе строится и регулирование деятельности СМИ Законом РТ «О профилактике наркомании и токсикомании» (ОПН). Татарстан поддерживает имидж региона, осуществляющего активное противодействие распространению наркомании (так, в республике одной из первых в стране начали проводить тестирование школьников и студентов на предмет употребления наркотических средств и пр.). Создание и поддержание соответствующего образа поручено региональным средствам массовой информации. В статье 23 настоящего Закона оговаривается необходимость проведения антинаркотической пропаганды, определяются обязанности редакций по предоставлению рекламных площадей и эфирного времени для материалов антинаркотической направленности.

Вышеперечисленные законодательные акты формируют так называемый тематический блок, определяющий повестку дня в средствах массовой информации региона. В зависимости от приоритетных задач, стоящих перед руководством субъекта страны, данный блок законодательных актов в разных регионах может иметь отличия. Для Татарстана ключевыми темами выступают инновации, экономический рост, пропаганда спорта и антинаркотическая агитация, вопросы антикоррупционной политики.

Так, Законом «О противодействии коррупции в Республике Татарстан» устанавливается, что средства массовой информации региона являются субъектами антикоррупционной политики, выступая в одном ряду с государственными органами власти. Оговаривается, что СМИ должны вести антикоррупционную пропаганду, «координируемую и стимулируемую системой государственных заказов и грантов» (п. 3 ст. 12 ОПКРТ).

В Постановлении Кабинета Министров Республики Татарстан «Об утверждении государственной программы “Развитие молодежной политики, физической культуры и спорта в Республике Татарстан на 2014–2020 годы”» отмечается необходимость взаимодействия со СМИ «по освещению проблем развития спорта, подготовки и участия спортсменов Республики Татарстан во всероссийских и международных соревнованиях». Отдельным пунктом значится «проведение конкурсов среди спортивных журналистов и средств массовой информации на лучшее освещение спортивной жизни в Татарстане» (ПКМОУГП, Прил. № 2 к Подпрограмме «Развитие физической культуры и спорта на 2014–2020 годы»). Все это способствует формированию имиджа Татарстана как «спортивной столицы России».

На сегодняшний день основным законодательным актом, регулирующим деятельность СМИ в Татарстане и контролирующим исполнение в том числе упомянутых выше статей, является Постановление Кабинета Министров РТ «Вопросы Республиканского агентства по печати и массовым коммуникациям

«Татмедиа»» (ПКМВРА). Именно Агентство по печати и массовым коммуникациям «Татмедиа», будучи крупнейшим медиахолдингом региона, регулирует деятельность большинства средств массовой информации Татарстана. Согласно Положению о Республиканском агентстве по печати и массовым коммуникациям «Татмедиа», Агентство является органом исполнительной власти Республики Татарстан, «осуществляющим полномочия по вопросам государственного управления в сфере печати и массовых коммуникаций» (ст. 1.1 ПКМВРА). Среди его основных задач названы «развитие и совершенствование информационного пространства Республики Татарстан; разработка механизмов формирования и реализации государственной политики в сфере печати и массовых коммуникаций» и др. (ст. 2.1 ПКМВРА). Агентство не только регламентирует функционирование СМИ, входящих в холдинг, в его обязанности также входит мониторинг всех изданий, теле- и радиоканалов, осуществляющих деятельность на территории Республики Татарстан (в качестве примера можно назвать регулярное предоставление телеканалами отчетов по проведению антинаркотической пропаганды). С помощью Агентства официальные власти региона могут эффективно вести диалог со всеми средствами массовой информации, доводя до них директивы, указания, пожелания по поводу формирования необходимого информационного поля.

Таким образом, формирование государственной политики в сфере СМИ Республики Татарстан находит отражение в законодательных актах субъекта Федерации. При главенствующем положении Закона РФ «О средствах массовой информации» на повестку дня изданий и электронных СМИ, работающих в Татарстане, оказывают влияние и региональные документы. Однако следует отметить, что количество таких документов сравнительно небольшое, что приводит к закономерному выводу о том, что во многом государственная политика в сфере СМИ региона проводится путем недекларированных указаний и директив. Способствует этому и организованное в Татарстане Агентство по печати и массовым коммуникациям «Татмедиа», фактически осуществляющее контроль над всеми изданиями, теле- и радиоканалами, интернет-площадками региона. Поэтому при дальнейшем изучении государственной политики в области СМИ Республики Татарстан законодательные акты могут рассматриваться далеко не как единственный источник для анализа. Информативными в данном ключе будут отчеты с заседаний Агентства «Татмедиа», а также материалы закрытых планерок, регулярно проводимых для СМИ региона.

### Summary

*D.A. Nurieva. Regional Laws in the Media of Tatarstan (Based on the Analysis of the Legislative Acts of the Republic of Tatarstan Passed between 2000 and 2010).*

Regional media depend on the general state media policy. However, each territorial subject is characterized by the specific relations between media and state authorities. The legislative acts of the Republic of Tatarstan are considered in this paper as one of the aspects influencing the state policy in the field of regional media. The performed analysis makes it possible to single out the main features of the relations between regional authorities and journalistic community based on the most unbiased sources, i.e., official documents held by state authorities. The priority areas of the state policy, as well as agenda and topics in the content of regional

media can be explored without any bias from legislative acts. This investigation also aims to establish the most complete list of sources to study the state media policy for further research on the selected issue.

**Keywords:** state media policy, system of media, media in Tatarstan, history of media in Tatarstan, television in Tatarstan.

#### Источники

- КГИП – Концепция Государственной информационной политики Российской Федерации (Введение) / Рук. проекта Д.С. Черешкин. – URL: <http://www.iis.ru/library/sip>, свободный.
- ОСМИ – Закон РФ «О средствах массовой информации» от 27 дек. 1991 г. № 2124-1 // Рос. газ. – № 32. – 1992. – 8 февр.
- ИК – Избирательный кодекс Республики Татарстан от 7 мая 2007 г. № 21-ЗРТ // Ведомости Гос. Совета Татарстана. – 2007. – № 5.
- ЗК – Земельный кодекс Республики Татарстан от 10 июля 1998 г. № 1736 // Республика Татарстан. – № 166–167. – 1998. – 15 авг.
- ЭК – Экологический кодекс Республики Татарстан от 15 янв. 2009 г. № 5-ЗРТ // Ведомости Гос. Совета Татарстана. – 2009. – № 1.
- БК – Бюджетный кодекс Республики Татарстан от 29 мая 2004 г. № 35-ЗРТ // Ведомости Гос. Совета Татарстана. – 2004. – № 4–5.
- ОПНТ – Закон РТ «О профилактике наркомании и токсикомании» от 29 окт. 2009 г. № 50-ЗРТ // Ведомости Гос. Совета Татарстана. – 2009. – № 9–10.
- ОИД – Закон РТ «Об инновационной деятельности в Республике Татарстан» от 2 авг. 2010 г. № 63-ЗРТ // Ведомости Гос. Совета Татарстана. – 2010. – № 8–9.
- ОПКРТ – Закон РТ «О противодействии коррупции в Республике Татарстан» от 4 мая 2006 г. № 34-ЗРТ // Ведомости Гос. Совета Татарстана. – 2006. – № 5.
- ПКМОУГП – Постановление Кабинета Министров Республики Татарстан «Об утверждении государственной программы “Развитие молодежной политики, физической культуры и спорта в Республике Татарстан на 2014–2020 годы”» от 7 февр. 2014 г. № 73 // Сб. постановлений и распоряжений КМ РТ и норматив. актов респ. органов исполн. власти. – 2014. – № 28.
- ПКМВРА – Постановление Кабинета Министров Республики Татарстан от 24 окт. 2012 г. № 902 «Вопросы Республиканского агентства по печати и массовым коммуникациям “Татмедиа”» // Сб. постановлений и распоряжений КМ РТ и норматив. актов респ. органов исполн. власти. – 2012. – № 83.

#### Литература

1. *Егоров В.В.* Телевидение: между прошлым и будущим. – М.: Воскресенье, 2004. – 416 с.
2. *Прохоров Е.П.* Введение в теорию журналистики. – М.: Аспект Пресс: Изд-во Моск. ун-та, 2003. – 367 с.

Поступила в редакцию  
16.01.15

---

**Нуриева Диана Анваровна** – журналист, ГТРК «Татарстан», г. Казань, Россия.  
E-mail: [vasilova18@gmail.com](mailto:vasilova18@gmail.com)