

Секция «Журналистика»

Влияние экономического кризиса на греческие СМИ ( с 2009 по 2013 год)

*Вамвака Параскеви Николаос*

*Аспирант*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет*

*журналистики, Пиреус, Греция*

*E-mail: vamparaskevi@gmail.com*

В современной демократии в Греции средства массовой информации должны работать в условиях свободы и плюрализма. Дискурс направлен на критическое обсуждение мнений участников дискуссии. Важно, чтобы все участники могли артикулировать свои интересы в дискуссии[1].

Плюрализм мнений является ценным качеством СМИ, поскольку его наличие означает существование в обществе демократических свобод, возможность обмена различными мнениями, их столкновение друг с другом. Но это столкновение должно быть направлено на выработку консенсусов, как отмечает Ю. Хабермас [3], демократического общественного мнения. В этом аспекте СМИ способствуют демократизации общества и, вместе с тем, требуют для своего функционирования демократических свобод. Можно сказать, что информатизация общества, обеспечивая свободный доступ к информации граждан, является одним из важнейших условий демократизации общества. Степень развития СМИ в обществе является критерием его демократизации. Право знать основано на потребности граждан в информации, необходимой для ответственного отправления гражданского долга. Для гражданского общества необходима среда оценки деятельности правительства, и СМИ являются во многом важнейшим элементом гражданского общества. Следует отметить, что власть в Греции хочет манипулировать СМИ. СМИ в свою очередь, стараясь изобличить власть, забывают про свою цель: быть средством для реальной дискуссии.

Концентрация СМИ в Греции, поскольку некоторые компании и частные предприниматели владеют более чем одним СМИ, способствует пропаганде власти. Степень независимости СМИ зависит от отношения к внешним видам давления[2]: давлению рынка читателей, с одной стороны, и рынка рекламодателей — с другой; значит, она определяется долей доходов, получаемых им от рекламы и от государственных субсидий, а также степенью концентрации рекламодателей. Из-за этого СМИ постепенно теряют доверие общества и поэтому, рынок читателей уменьшается и тиражи сокращаются. Параллельно наблюдается тенденция перехода аудитории в Интернет, что происходит, скорее всего, из-за сокращения времени и финансовых затрат. Роль СМИ как института формирования общественного мнения велика.

Поскольку в Греции с 2009 г. экономический кризис, то рынок рекламодателей заметно сокращается. В процентном отношении это выглядит так: в 2012 г. он уменьшился на 28,41% закрытых рекламных носителей и произошло уменьшение расходов[4]. Следствием экономического кризиса в Греции является непрерывное увольнение журналистов и других работников средств массовой информации, резкое сокращение заработной платы и ухудшение условий работы. СМИ зависят от решений «тройки», т.е. они, без сомнения, являются зависимыми от этих решений.

Литература

*Конференция «Ломоносов 2014»*

- 1 СМИ и политика: Учеб. Пособие для студентов вузов/ Под ред. Л.Л. Реснянской.- М. Аспект Пресс.
- 2 О телевидении и журналистике (Бурде Пьер: Пер с фр.) // Прагматика Культуры, Москва, 2002.
- 3 Философия Культуры : <http://www.ido.rudn.ru/philosophy/12.html>
- 4 Anatropeinews.gr: <http://www.anatropeinews.gr>

**Слова благодарности**

Благодаря МГУ им. М. В. Ломоносова иностранные студенты, магистры и аспиранты имеют возможность выступать на конференции и обсуждать важные профессиональные вопросы.