

Я. Н. ЗАСУРСКИЙ

КОММУНИКАЦИЯ В ОБЩЕСТВЕ ЗНАНИЙ

Российская
журналистика
2008 - 2013

Москва 2013



Издательство
МедиаМир

ББК 76
3-36

Засурский Я. Н.

3-36 Коммуникация в обществе знаний. Российская журналистика: 2008 - 2013. — М. : МедиаМир, 2013. — 296 с.

ISBN 978-5-91177-067-9

В книгу профессора Я. Н. Засурского вошли статьи и колонки редактора журнала «Вестник Московского университета» (серия «Журналистика»), опубликованные в 2008-2013 гг. Автор представляет свой взгляд на актуальные проблемы развития журналистики и массовой коммуникации в России и мире за прошедшие шесть лет.

Для журналистов, политологов, исследователей деятельности СМИ и коммуникаций, преподавателей и студентов факультетов журналистики.

ISBN 978-5-91177-067-9

© Засурский Я. Н., 2013
© МедиаМир, 2013

Предисловие

29 октября 2008 года Джон Йемма, главный редактор газеты *Christian Science Monitor*, издававшейся с 1908 г. в Бостоне, объявил о прекращении ежедневного выпуска газеты на бумаге: ежедневно она будет появляться только в Интернете, а печатный выпуск – в качестве еженедельного издания. Это было громким предупреждением о серьезных сдвигах в развитии ежедневной печати и о новой повестке дня на 2009 год не только в США, но и во всем мире.

Газета *Christian Science Monitor* открыла список газет, которые прекратили печатные издания и перешли в Интернет. Это событие стало началом новой эпохи в развитии коммуникации. Газеты и журналы перешли на издание в двух видах: печатном и электронном. Затем наступление Интернета захватило и другие средства массовой коммуникации – радио, телевидение и кино.

С одной стороны, это открывает новые возможности для сохранения и передачи коммуникационной продукции, с другой стороны, стало сужаться поле печати традиционных СМИ – газет и книг. Сначала это вызвало бурный восторг сторонников Интернета: они стали говорить о сроках жизни газет, торопились предсказать смерть печатной индустрии. Конечно, не все проявляли одинаковый энтузиазм. Нашлись и защитники печатной версии. Особенно активно выступают сторонники качественной прессы. Интернет не может заменить газет, журналов, книг. Здесь главное не тот материал, на основе которого издаются информационные тексты, а само содержание текстов. В защиту качественной прессы высказывается авторитетная *The New York Times*, которая отстаивает роль газеты как важнейшего инструмента, несущего смыслы. В другом случае подчеркивалось, что главное в качественной прессе не бумага, а качество мысли, качество текста, анализа. И здесь возникает вопрос: в чем разница между газетой и другими видами коммуникации – радио и телевидением и, конечно, интернет-изданиями?

Сторонники качественной журналистики утверждают, что важнейшее преимущество газет заключается в высоком уровне аналитики. Если посмотреть на то, какие источники используются во время острых ситуаций, то очевидно, что в такие периоды особенно востребованы газеты. Например, когда в США произошел террористический акт, в результате которого был уничтожен международный торговый центр, показатели обращений к интернет-сайтам газет зашкаливали. Уровень анализа в газете намного выше, чем в других СМИ, и сторонники качественной прессы считают газету в каком-то смысле идеальным средством для развития понимания мира.

Здесь они, видимо, правы. Главное отличие проявлялось не в качестве текста, а в качестве автора. Журналисты качественных газет работают иначе, нежели в других СМИ или в бульварной массовой прессе. Они должны осмыслить те процессы, которые идут в мире.

Выявлена одна важная особенность современного развития информационного общества: коммуникация посредством качественной газеты очень отличается от коммуникации, осуществляемой массовыми изданиями. Массовая газета скорее сигнализирует о новых явлениях и событиях. Она очень быстра и опережает качественную прессу по скорости выпуска информационной продукции. Но понимание процессов, происходящих в мире, теми журналистами, которые работают, изучая современные проблемы, более глубокое. Они становятся летописцами, с которых начиналась периодика, включая и летопись, и книгу, и газету, и серьезную качественную прессу. Возникает, по существу, новый подход к газете как к носителю смысла. Для качественной газеты главное — осмысление того, что происходит в мире.

И здесь осуществленная коммуникация обретает новое качество: она производит смыслы и формирует их, развивает мышление не отдельных журналистов, а, скорее, коллективное мышление журналистских сообществ.

Это та журналистика, которая необходима обществу знаний, ибо это общество базируется на осмыслении всего, что происходит в различных сферах мира.

Наивные люди думают, что главная задача газеты — быстро донести информацию. И в условиях развития Интернета возникает известное состязание в скорости доставки информации, с одной стороны, и с другой стороны — в понимании смысла. Особенность качественной прессы заключается в том, что она сохраняет смыслы, а с ними и цивилизацию. Это одна из главных проблем, которая возникла в журналистике после того, как 29 октября 2008 года *Christian Science Monitor* объявила об отказе от ежедневной печати выпуска.

Скорость, быстрота не дают осмыслить процесс, именно поэтому сегодня широко издаются еженедельники, ежемесячные журналы, и это, конечно, позволяет разнообразно и глубоко рассмотреть проблемы, которые возникают в мире.

Развитие Интернета ускорило доставку информации, но, увы, не в той же степени способствовало ее пониманию. В этом отношении особенно быстро и активно действуют социальные сети. Они снабжают мир разнообразной и мгновенно распространяющейся информацией. Но, как правило, это лишь сигнал о том, что происходит в мире. Как средство сигнализации, средство привлечения внимания соцсети очень эффективны и полезны. Они заменяют письмо, телефонные разговоры, беседы с соседями, быстро передавая сведения. И когда говорят о том, что мы «живем в Интернете», в первую очередь имеют в виду социальные сети. Это важнейшая часть современного общества, получающего здесь быструю, хотя часто и не очень полезную информацию. Такая информация похожа на фаст-фуд в ресторанах быстрого питания, который иногда приводит к несварению желудка.

Социальные сети изменили коммуникационную структуру общества, создав легкий доступ к различным сообщениям, при этом они не претендуют на глубокое осмысление материала. Поэтому, притом что доступ к информации существенно упростился, понимание сути событий это не увеличило. При всей полезности социальных сетей они не заменили серьезную качественную прессу, газету или книгу. Они порождают интерес к быстрой информации, часто заставляя людей больше читать.

Без серьезной качественной прессы возникает новая опасность мистификации и утраты понимания происходящего в мире. Вместе с развитием Интернета и новых его самых активных и быстрых форм замена традиционных видов коммуникации требует возвращения аудитории ощущения реального мира и тех смыслов, которые движут этим миром.

Безусловно, Интернет имеет массу преимуществ в сфере распространения информации:

- Быстрота доставки;
- Более чем обильное количество сообщений;
- Одновременное использование разных видов коммуникации, но прежде всего социальных сетей, которые затрагивают печать, радио и телевидение;
- Практически мгновенное проникновение к многочисленным пользователям благодаря оперативности социальных сетей. Социальные сети выступают в роли рынды, предупреждающей о приближении угроз различного характера;
- Возможность сохранять сообщения в Сети, т. е. держать для пользователей достаточно обширный архив сообщений.

Но эти достоинства могут легко превратиться в недостатки: высокая скорость сообщений создает эффект «деревьев, за которыми не видно леса», что часто приводит к инфляции слов, к стертости их значений. Реагируя на слабые места Интернета, информационное общество делает упор не на количество, а на качество слов. Задачу сохранения качества коммуникации общество решает, прежде всего, опираясь на смыслы: ведь именно в этих смыслах суть знаний, именно на этой основе развивается общество знаний.

Действительно, судьба газет и их типология зависит прежде всего от аудитории — массовые газеты «наращивают» скорость распространения и теряют свои тиражи, а качественные сохраняют их и активно используют интернет-сайты. Все это создает общественную тенденцию развития интереса к качественной информации и аналитике.

В подавляющем большинстве стран качественные газеты удерживают свои позиции. *Financial Times* не только сохрани-

лась как качественная газета в Англии, но имеет большое распространение в других странах благодаря высокому уровню аналитики. Не потеряли тиражи и английские газеты *The Guardian*, *Daily Telegraph*; американские *The Times*, *The Washington Post*, *The New York Times*, *The Wall Street Journal*, французская *Le Monde*, индийская *Times*, китайские *Rénmin Ribào* (Женьминь Жибао) и Гуанмин Жибао, германская *Frankfurter Allgemeine Zeitung*.

Более того, газеты активно цитируются во всем мире, как авторитетные источники информации. На них ссылаются международные обозреватели и их мнения ценят исследователи и знатоки современной журналистики. Тем не менее наступление интернет-изданий привело к закрытию некоторых газет. Например, в США в 2011 г. прекратился выпуск 15 утренних ежедневных газет, 19 воскресных; их средний тираж снизился на 1,9 млн экземпляров: с 46,3 млн в 2009 г. до 44,9 млн в 2011 г. Но характерно, что в то же время на 1,6 млн увеличился тираж воскресных газет, что отражает тенденцию развития прессы. Падение тиража ежедневных газет в известной степени компенсируется за счет воскресных изданий, которые примыкают к качественной прессе. И сближает их то, что в воскресных выпусках содержатся аналитические материалы. В некотором смысле они по своему характеру похожи на еженедельники. Тут и происходит перераспределение читателей.

В России издается достаточно много газет, но практически нет качественной прессы, она представлена только газетами «Коммерсантъ» и «РБК Daily», а также принадлежащей иностранной компании газетой «Ведомости». В основном выпускается массовая пресса. Случается, что газета переходит из качественной в массовую. Так, например, «Комсомольская правда» в годы существования СССР принадлежала к числу ведущих СМИ страны, сочетая и высокий тираж, и качественное содержание; на сегодняшний день она стала массовой. «Московский комсомолец» сохранил свой тираж как наибольший в России (общ. тираж – 2,23 млн экз.) и интересную редакционную политику, рассчитанную на образованную аудиторию.

Социальные сети доминируют в России

Цифры говорят о том, что в России доминируют социальные сети.

Как отмечает интернет-портал *newsland*, наша страна занимает первое место по активности в Интернете. Так, в 2009 г. россияне проводили в глобальной Сети в среднем 6,6 часа ежемесячно, просматривая при этом 1307 страниц. Если проанализировать аудиторию социальных сетей в мире, то в среднем получится, что здесь мировая аудитория проводит 3,7 часа, просматривая 525 страниц, т. е. вдвое меньше, чем в России. Соотечественники проявляют особый интерес к социальным сетям. Так, из 31,9 млн пользователей, вышедших в Интернет, 18,9 млн посетили как минимум одну социальную сеть.

Что касается качественной прессы, цифры не такие большие, но здесь читатели играют важную роль в распространении информации в структуре двухступенчатого ее потока. Активные и образованные читатели выступают как лидеры общественного мнения, делясь информацией с другими читателями.

* * *

В 2007 году вышла моя книга «Искушение свободой. Российская журналистика 1990–2007». По сравнению с этим периодом, охватывающим 17 лет, ситуация серьезно изменилась. Главный фактор изменения — информационно-коммуникационная революция, которая привела в процессе конвергенции к возможности хранить информацию в различных источниках и к созданию новых центров, включая печать, радио, телевидение и другие СМИ, не говоря уже об информерагентствах и правительственных организациях. Так, увеличился доступ к информации и возможности ее хранения — сегодня отдельные пользователи могут создавать свои библиотеки.

На том этапе развития молодой российской печати возникает острый вопрос о качестве прессы и этических нормах. Появляется необходимость отделения газет, которые дают объ-

ективную информацию, от изданий, которые исходят из концепции всеядности, стремясь привлечь читателей сенсациями. Подобные газеты и приводят к размыванию этических норм. За последние годы приняты серьезные меры, что привело к оздоровлению ситуации. Но до сих пор остается опасность распространения недостоверной информации. Сейчас созданы институты, которые защищают граждан от недоброкачественной информации. В Союзе журналистов России есть общественная коллегия по жалобам на прессу, что заставляет журналистов быть более ответственными.

Конечно, необходимо учесть серьезные изменения, произошедшие в мире. Речь идет о новых парадигмах в развитии прессы, связанных с международной ситуацией. За последние годы существенно изменилось соотношение сил. Если в 2007 году можно было говорить о двухполярном мире, где с одного полюса – Соединенные Штаты Америки, а с другого – Россия, то сегодня он стал многополярным, что привело к созданию новых центров распространения информации. Появились новые лидеры – страны БРИКС – Бразилия, Россия, Индия, Китай и Южно-Африканская Республика; изменилось восприятие карты мира. Если раньше он делился на сильный Запад и развивающийся Восток, то к 2013 г. происходят глобальные перемены: на первое место в экономическом, информационно-коммуникационном и производственном развитии вышли страны Востока.

Впоследствии изменилось и соотношение сил в печати. Большие тиражи газет и мощная информационная структура существуют не только в США, России и странах Запада, но и в Китае, Бразилии, Индии и Южно-Африканской Республике. Уровень развития газет в Китае и Индии и по тиражам, и по качеству информации намного выше, чем в некоторых странах Европы. Стандарты журналистики развиваются активнее не только в традиционных коммуникационных центрах, но и в странах БРИКС.

Сегодня продолжают усилия по разработке принципов журналистской этики и защиты современной журналистики, и в этих вопросах Россия играет чрезвычайно важную роль.

Настоящая книга **«Коммуникация в обществе знаний. Российская журналистика: 2008–2013»** включает в себя колонки редактора журнала «Вестник Московского университета» (серия «Журналистика») с 2008 по 2013 гг., а также статьи и публикации в других изданиях. Они расположены в хронологическом порядке.

Я думаю, что эти материалы помогут лучше представить те процессы, которые произошли за шесть лет в российской и зарубежной журналистике и привели к коренным сдвигам, открывая миру возможности в новых регионах на новых медийных рынках.

2008 год

Журналистика меняется, и сегодня газеты, журналы, радио, телевидение существуют в двух форматах: традиционном и цифровом – в Интернете.

ЖУРНАЛИСТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: ПОВЕСТКА НА 2008 ГОД

Журналистика переживает перемены, которые требуют новых подходов и в журналистском образовании. Ушло в прошлое то прекрасное время, когда день начинался с чашечки кофе и газеты. Впрочем, кофе остался, но вместо газеты наши студенты просматривают новости в Интернете, там можно прочитать и самые свежие новости в онлайн-выпусках ежедневных изданий – «Московского комсомольца», «Известий» и многих других газет, которые создали прекрасные интернет-версии. Журналистика меняется, и сегодня газеты, журналы, радио, телевидение существуют в двух форматах: традиционном и цифровом – в Интернете.

Этот медийный дуализм требует от журналистов не только навыков и знаний традиционных дисциплин, для того чтобы переводить печатные и аудиовизуальные материалы, но и умения переводить с языка газеты, радио, ТВ на язык компьютера, язык цифры. И, конечно, здесь нужен новый фактор, нужна новая компетенция – знание специфики компьютера и понимание особенностей сайта средств массовой информации. Конечно, и сегодня наши студенты изучают компьютер, работают на компьютере. Но теперь речь идет о том, чтобы сделать журналистский продукт доступным в двух плоскостях: в традиционной и в цифровой. И это несколько усложняет задачу журналиста, но вместе с тем открывает более широкий доступ к содержанию журналистики, в частности позволяет повторно использовать созданные продукты.

Если раньше говорили, что газета существует один день, то теперь газета живет значительно дольше. И возраст ее жизни определяется качеством словесного материала и востребованностью той темы, той проблемы и той информации, которая содержится в этом материале. Таким образом, сегодня мы можем говорить о том, что увеличилось число компетенций,

которыми должен владеть выпускник факультета журналистики. Более значимой становится технологическая компетенция.

Технологическая компетенция

Под технологической компетенцией нужно понимать умение не только работать в Интернете, но прежде всего переводить на язык Интернета, в формат Интернета те газетные тексты, радио- и телевизионные передачи, которые идут в традиционной форме. Здесь, конечно, имеются свои трудности – технологические, но не только технологические. Стилистика Интернета имеет свои особенности, в отличие от текстов традиционных версий. Эти особенности связаны со спецификой восприятия материала в Интернете и вместе с тем и с умением передать содержание материала, написанного, созданного журналистом. При этом задачи несколько различаются у журналистов, работающих в журналах, газетах, и у тех, кто работает в сфере радио и телевидения. Газетные и журнальные материалы, казалось бы, просто перевести в Интернет, но на самом деле требуется определенная и достаточно серьезная их переработка.

Интернет-дизайн

Прежде всего с точки зрения дизайна возникает проблема перевода в интернет-формат не только отдельных статей и материалов, но и всего содержания газеты. Интернет-версии СМИ имеют свои особенности, которые необходимо знать сегодня журналистам – это прежде всего дизайн. И, конечно, выпускник факультета журналистики должен уметь не только выложить свой газетный или журнальный материал на сайте, но и создать такой дизайн, который будет способствовать тому, чтобы этот материал был прочитан и воспринят адекватно, а графические возможности Интернета чрезвычайно разнообразны, и необходимо научить студентов пользоваться ими. Это требует

серьезного подхода, проведения соответствующих практикумов и выполнения учебных заданий. Очевидно, что следует в связи с этим усовершенствовать выпуск учебных газет и учебных журналов: студенты должны не только следовать традиционной структуре, но и учиться уже на материале учебной газеты или учебного журнала создавать сайт газетного или журнального номера. Я думаю, что есть чему поучиться нашим студентам, но есть также и что осваивать нашим преподавателям.

Необходимо провести исследование особенностей существования газет, журналов, радиопрограмм и телевизионных материалов в Интернете. Этот аналитический подход необходим для того, чтобы точнее продумать методики перевода на язык Интернета содержания, с тем чтобы оно не теряло при этом переводе своей оригинальности.

Возрастание роли языковой подготовки

Главной остается проблема языка. Языка газеты, языка журнала. Тексты проще переводятся в онлайн-структуры, чем радио- или телевизионные передачи, — язык телевидения тоже должен быть переведен на язык Интернета. И здесь важное значение имеет речевая культура наших студентов.

В связи с этим требуется существенная доработка и усовершенствование знания языка СМИ. Речь и речевые константы меняются в Интернете. От владения речью зависит адекватность интернет-версий традиционных СМИ.

У нас уже сделаны были некоторые попытки выявить особенности языка, стилистики и, конечно же, дизайна интернет-версий традиционных СМИ. Но они требуют дальнейшей разработки и усовершенствования.

К этой разработке следует привлечь и наших студентов, которые выпускают учебные газеты, учебные радио- и телепередачи. Здесь взгляд студентов может быть полезен для преподавателей. И таким образом можно собрать дополнительный эмпирический материал, на основе которого уже можно будет разработать более продуманные и серьезные методики.

Новые компетенции

В связи с этим возникает проблема новых компетенций выпускников факультета журналистики. И таких компетенций, я бы сказал, две. Первая: умение перевести на язык Интернета традиционные СМИ. Для газетчиков — газеты и другие печатные тексты. Для радио- и телевизионных журналистов — речь звучащая и речь во взаимодействии с изображением на языке сайта. И здесь нужно сказать, что имеются очень значительные возможности для того, чтобы обогатить нашу журналистику, воспитав у молодых журналистов вкус и умение работать и в традиционных, и в онлайн-овых СМИ.

Несомненно, язык остается важнейшим фактором. И как всегда в журналистике, необходимо бережное, внимательное и серьезное отношение к языку Интернета. В этом смысле культура интернет-СМИ, культура онлайн-овых СМИ должна совершенствоваться и соответствовать возможностям восприятия текстов достаточно широкой аудитории.

Развитие онлайн-овых версий газет, журналов, радио- и телевизионных передач касается не только перевода в другой формат, но и изменения качества журналистики. В Интернете журналистские материалы живут долго, и поэтому требуется более тщательная обработка этих материалов и более серьезный отбор их для публикаций, поскольку эти онлайн-овые материалы остаются в распоряжении пользователей Интернета и пополняют возможности получить новые знания, новые подходы, понять развитие современной жизни.

Вторая компетенция, которая требует внимания, — это этика журналистского труда. Конечно, перевод материалов в онлайн-овый формат требует очень серьезного отношения к авторству материала. И поскольку необходимо второе чтение, оно должно подтвердить по крайней мере оригинальность авторства материала и серьезность авторской позиции. Кроме того, остается важнейшая этическая проблема — это проблема соблюдения авторских прав и интересов личности людей, о которых пишут журналисты. Здесь этические проблемы получают новый поворот, к которому также нужно подготовить наших студен-

тов. Речь идет не только о необходимости наказания за попытки заниматься плагиатом, но и о более бережном отношении и к аудитории средств массовой информации, и к тем людям, о которых идет речь в этих материалах.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2008. – № 1 (колонка редактора).

ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО И НОВЫЕ МЕДИА

Развитие в современной России структур гражданского общества в средствах массовой информации предполагает усиление гражданской ответственности информационно-коммуникационных корпораций, создание общественного телевидения и гражданских структур, особенно в новых медиа.

Эти три фактора могут в известной мере компенсировать процесс концентрации, коммерциализации и этатизации СМИ и открывают определенные возможности для развития гражданского начала в средствах массовой информации. Особенно большие ресурсы для гражданской активности предоставляют новые медиа.

Корпорации и гражданское общество

Серьезного внимания заслуживает рост числа медийных корпораций: в первом номере журнала «Новости СМИ» за 2008 год опубликован список 44 компаний, преимущественно в сфере печатных СМИ, но среди них и такие крупные многопрофильные концерны, как «Газпром-медиа» и «Проф-медиа». Концентрация информационно-коммуникационного рынка сокращает его плюрализм и разнообразие, но при определенных условиях корпорации могут сыграть серьезную роль в развитии гражданского общества. Притом что корпорации – это как раз то, что отделяет общество от граждан, у них в то же время имеются особые возможности для того, чтобы этот не самый дружелюбный по отношению к гражданскому обществу феномен использовать в интересах развития этого общества.

Важно сделать корпорации и крупные концерны более прозрачными и открытыми для граждан, сблизить их с обществом. Как известно, многие частные компании, особенно в сфере медийной, в своих уставах подчеркивают, что служат обществен-

ным интересам, хотя они принадлежат частному капиталу. Это особенно характерно для тех компаний, которые выходят на биржу, становятся публичными, открытыми. Речь идет об ответственности корпораций и перед предпринимательским сообществом, и перед гражданами.

В России наметился поворот к тому, чтобы перевести частные компании, корпорации, особенно в сфере медиабизнеса, в категорию публичных путем выхода на предоставление первоначального публичного пакета акций для их реализации на бирже.

Публичные компании и корпорации

Выходя на биржу, компании берут на себя обязательства быть открытыми, прозрачными, регулярно оповещать общественность о своих планах и структуре, доходах и расходах. Прозрачность публичных компаний делает их союзниками гражданского общества, способствует укреплению связи корпораций с гражданами, и это, на мой взгляд, важный шаг к гражданскому обществу.

В России на биржу вышли пока немногие медийные компании. Это прежде всего «РосБизнесКонсалтинг» (РБК) — одна из самых значительных компаний в медийной сфере на нашем экономическом пространстве. Она интересна тем, что опирается на новейшие достижения информационно-коммуникационного развития и стремится к цивилизационным действиям в своей повседневной практике: регулярно публикуются отчеты о работе, сообщаются сведения о размерах зарплат руководителей, ежегодно проводятся открытые заседания руководства, представляются доклады, где анализируются экономическое состояние холдинга и планы развития.

Важно отметить, что планы, о которых сообщает «РосБизнесКонсалтинг», воплощаются в реальность, и это очень важное достоинство компании, сочетающей стремление к открытости, прозрачности своей деятельностью с инновациями в сфере бизнеса. К числу таких инноваций можно отнести стремление указать на ближайшие новые шаги в развитии бизнеса,

которые, как правило, реализуются. В этом своего рода уникальность «РосБизнесКонсалтинг». Гражданское общество, все еще находящееся в нашей стране на стадии формирования, безусловно, может опираться на такие публичные компании, которые используют капитал на благо развития своего дела, средств массовой информации, стремятся служить общественному интересу. Такая политика способствует и финансовому успеху этих компаний, позволяет им делать инновационные шаги в сфере своего бизнеса, в сфере развития массовой коммуникации. Об этом мы уже писали на страницах «Вестника Московского университета. Серия Журналистика» (2007, № 1). Хотелось бы только напомнить, что «РосБизнесКонсалтинг» возник в результате активных действий в сфере Интернета.

Само создание информационного агентства «РосБизнесКонсалтинг» было шагом новаторским – это было интернет-агентство, которое информировало клиентов о том, что происходит на рынках мира, прежде всего на российских рынках. Созданное в 1993 г., оно укрепляло свои позиции в коммуникационном пространстве и шло своим путем, не повторяя и не копируя чужой опыт, начав с самого нового и передового направления в развитии коммуникации – Интернета.

Затем РБК проделало путь к использованию традиционных СМИ уже на иной основе, хотя и сопряженной с Интернетом. Создается телевидение РБК, которое явилось развитием интернет-портала и было посвящено экономическим проблемам. Может показаться, что оно повторяет путь телевизионной компании «Блумберг». Но если мы присмотримся к деятельности этой компании, то увидим, что здесь речь идет о новом подходе к работе с экономической информацией.

«РосБизнесКонсалтинг» дает возможность своим пользователям получать консультации по самым острым современным событиям на рынке экономических новостей. Появление комментаторов на телевизионном экране ускоряет процесс этих консультаций. Конечно, в Интернете можно все быстро написать, передать, но Сеть лишена возможности прямого общения и быстрой реакции, тогда как телевидение добавляет эффект живого общения. Все это обогащает и наше телевидение, а так-

же расширяет возможности работать в сфере экономической информации.

За этим шагом последовала и новая инициатива — создан ежемесячный журнал «РБК». Он интересен своими аналитическими статьями. Это один из тех случаев, когда форма ежемесячного журнала оказывается хорошо приспособленной к интересам читателей — аналитиков экономической сферы. И, наконец, вслед за этим была создана ежедневная газета «РБК-*daily*». Это деловое издание не повторяет ни «Коммерсантъ», ни «Ведомости», ни тем более другие газеты, посвященные финансам и бизнесу, которых сегодня довольно много на рынке прессы. Отличие «РБК-*daily*» в том, что она сосредоточивает свое внимание прежде всего на развитии российского рынка.

Движение РБК шло, казалось бы, по пути от нового к традиционному, но каждый раз, при обращении к новейшим интернет-ресурсам информационного агентства, это было не возвращение к традиционным СМИ, а их адаптация к современному информационному пространству, где информация поступает 24 часа в сутки. И чтобы ее понять, конечно, нужен Интернет, но еще и голос специалиста, и диалог со специалистом, и живой взгляд эксперта — это тоже шаг к гражданскому обществу, где бизнес должен быть прозрачным и служить общественным интересам.

Говоря о гражданском обществе в России и о средствах массовой информации, необходимо уделить специальное внимание Интернету, где существуют особенно удобные возможности для самовыражения граждан и их участия в жизни общества.

Примером проявления гражданского общества в обновлении знаний стала созданная пользователями Интернета «Википедия» — энциклопедия, рожденная гражданами, своего рода феномен гражданского общества.

Блогосфера

Здесь я хотел бы отметить самый значительный шаг в Интернете к гражданскому обществу — это развитие блогов. Сегодня в России более миллиона блогеров — тех, кто ведет блоги.

Это активные люди всех возрастов, стремящиеся к общению, они ведут дневники, открыто обсуждают интересующие их проблемы, часто активно общаясь друг с другом, создавая не только дневники, но и свои издания в «Живом журнале».

Особенно активны в блогосфере студенты, в том числе иностранные — из Китая и других стран. Блоги создают возможность для развития интернет-сферы как части гражданского общества. Это гражданская журналистика: какие-то события остаются не замеченными СМИ или замалчиваются, а блогеры вольно или невольно привлекают к ним внимание, расширяя участие граждан в жизни общества

Каждый блог — это усилия личности, стремящейся рассказать другим о самых разных, часто очень значимых и важных событиях. Эта особая рода журналистика в любом случае важная часть общественной сферы, которая развивает общественное мнение, создает гражданскую журналистику современного общества. Блогосфера не только отражает, но и формирует интересы пользователей Интернета. Новые технологии служат здесь благородным идеям гражданского общества.

Общественное телевидение

И, наконец, не менее важным элементом гражданского общества может стать общественное телевидение. К сожалению, в России общественное телевидение пока не стало реальностью. Многие телевизионные журналисты пытаются создать общественное телевидение на основе местных телестудий. Такое телевидение, конечно, не связано с административным ресурсом или с государством. Оно готово выслушивать разные точки зрения, учитывать их, но само это явление — общественное телевидение — служит общественным интересам, предлагая программы без рекламы. Программы создаются на деньги тех, кто хочет смотреть телевидение без рекламы, тех, кто стремится к тому, чтобы телевидение стало подлинно гражданским. Это тоже очень значительный шаг в развитии гражданского общества.

Мы имеем и другие элементы гражданского общества: письма читателей, чаты в Интернете, обмен информацией в телевизионном и радиоэфире. Все это создает новую атмосферу, в которой живут будущие и действующие журналисты, использующие новые информационно-коммуникационные технологии. Видение граждан активных, говорящих о волнующих их проблемах активного – важный момент, который позволяет открыть и открывает новые возможности для гражданского общества, гражданской журналистики, нового обмена информацией.

Интернет, блоги, движение за публичное, свободное от рекламы общественное телевидение, наконец, публичные информационно-коммуникационные корпорации создают сегодня в России предпосылки для усиления и развития гражданского общества.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2008. – № 2 (колонка редактора).

МЕЖДУНАРОДНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В МНОГОПОЛЯРНОМ МИРЕ

Глобализация и информационно-коммуникационная революция способствовали ускорению и расширению международного обмена информацией и соответственно росту значения международной журналистики. Особого внимания требуют новые параметры мировой экономики и политики, такие, как появление новых лидеров экономического развития, обострение демографической ситуации, рост миграции населения, прежде всего развивающихся стран, создание мощных межгосударственных объединений и прежде всего Евросоюза, в который вошли бывшие республики Советского Союза – Литва, Латвия, Эстония.

Новые лидеры экономического роста

Меняющееся соотношение сил на международной арене наиболее наглядно отражает растущая роль стран так называемой группы БРИК – Бразилии, России, Индии и Китая.

Эти страны имеют свои особенности, но есть один общий момент: они создают новые контуры международного рынка, развивая свою экономику, и потребности промышленности, сельского хозяйства, населения этих стран вызывают новые изменения в международной экономике. И в то же время в производстве товаров, прежде всего в сфере компьютерных и других видов высоких технологий, и Китай, и Индия играют важную роль как в международном разделении труда, так и в подготовке кадров.

В Соединенных Штатах высшую математику и физику преподают китайцы, индийцы и, конечно, русские. И это сегодня стало важным моментом развития современного образовательного пространства.

Рост потребностей в энергоносителях и соответственно цен на нефть и газ во многом связан с бурным развитием экономики Китая, Индии и ряда других стран Азии и Латинской Америки.

Рынки, открывшиеся сегодня в Китае, Индии и Бразилии, привлекают многие страны, в свою очередь развитие этих рынков оказывает влияние на развитие экономики всего мира, в том числе и России. Изучить эти процессы необходимо самым серьезным образом. Это одна из важнейших задач нашей международной журналистики. И здесь не место легковесным суждениям относительно возможностей развития этих стран — они оказывают влияние на мировую экономику и как производители, и как потребители. Рост потребностей в энергоносителях во многом связан с бурным развитием экономики Китая, Индии, Бразилии.

Нужно отметить, что Бразилия начала производство горючего из растительных материалов. И это уже вызвало определенный дисбаланс в сельскохозяйственном производстве, о котором много пишут западные СМИ. Все эти проблемы взаимосвязаны, современный мир взаимозависим, Россия играет в нем выдающуюся роль как один из лидеров развития мировой экономики, что также важно и необходимо подчеркнуть.

Демографическая проблема

Еще одна проблема, на которую следует обратить внимание, — это демографические перекосы. Попытки регулировать рост населения, воздействовать на демографию оказались не столько неудачными, сколько непродуктивными. Мы знаем, что в Китае ограничивали количество детей в семье одним-двумя.

В Индии проводили акции другого рода — сокращали возможность мужской части участвовать в производстве детей. И в том, и в другом случае и в Индии, и в Китае это привело к дисбалансу. И в Китае, и в Индии стремились не поддерживать рождение девочек. У них сегодня явно не хватает женщин. И это сегодня сказывается на демографическом балансе в этих странах, не говоря уже о том, что аналогичная проблема

существует и в Японии, правда, на другом возрастном уровне. Это серьезная глобальная проблема – население растет, попытки его регулировать пока оказываются неудачными и даже контрпродуктивными. Это требует серьезного обсуждения.

Дисбаланс рабочей силы и новый пролетариат?

Третья проблема касается появления новой категории работников, новой категории людей, которые работают, зарабатывают деньги, но как бы находятся вне структуры развитых стран. Их называют в некоторых странах «людьми без документов, но не без работы». Во французском издании – в газете «Верньер нувель д'Эльзас» – профессор социологии Страсбургского университета Роланд провозгласил появление нового пролетариата, который не обладает реальными гражданскими правами, но претендует на место под солнцем. Проблема требует рассмотрения.

Нужно напомнить в связи с этим, что в Париже 1 мая 2008 г. прошли весьма мощные демонстрации этих самых «людей без документов, но с работой», иммигрантов, которые часто не обладают гражданскими правами, но являются важной частью, производящей самые необходимые действия категорией людей. И здесь, конечно, есть над чем подумать, эта проблема касается и России. Обычно ее рассматривают как проблему нелегальной иммиграции. Но дело сложнее и серьезнее, его нужно обсудить и обдумать.

Европейский союз

Конечно, говоря об Индии, Китае, Бразилии, мы не должны забывать и о том, что существуют страны, которые относятся к развитым странам, но начинают играть очень важную роль, а иногда и доминирующую, в международном разделении труда и в международной политике. Это государства Европейского союза.

ЕС сегодня стал своеобразным и очень важным экономико-географическим фактором. С одной стороны, это еще не супер-держава, но и не отдельная держава, поскольку там все страны имеют свою национальную политику, часто очень различающуюся, тем не менее в вопросах внешней политики и экономики они действуют очень согласованно. Вопрос об отношении к Евросоюзу, который насчитывает сейчас больше 400 млн человек и в любом случае даже как европейская группировка стран представляет существенную силу, требует серьезного обсуждения и внимания.

К сожалению, у нас в настоящее время не изданы книги о значении Евросоюза, и тем более не проводится систематическое освещение его деятельности в СМИ.

Новые члены Евросоюза

Все эти проблемы требуют более глубокого освещения в нашей международной журналистике. Необходимо глубже и разностороннее изучать и освещать положение в мире. Мир изменится. Нужно помочь нашим читателям понять эти перемены, поскольку многие еще недостаточно глубоко понимают роль ЕС.

К их числу относятся и проблемы бывших социалистических стран, таких, как Литва, Латвия, Эстония, которые были частью Советского Союза. Помимо всего прочего там живет много граждан России, их положение вызывает повышенный интерес у россиян, и они требуют к себе внимания.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. — 2008. — № 3 (колонка редактора).

ЛОМОНОСОВ И СОВРЕМЕННАЯ РУССКАЯ РЕЧЬ

Образование журналиста-энциклопедиста должно осуществляться прежде всего в той области, в которой энциклопедизм проявляется ярче всего, — во владении словом и мыслью, облеченной в словесную форму. Без хорошего владения словом журналист не может быть энциклопедистом, потому что, только имея определенный уровень знаний, он может рассуждать о разных проблемах. Знание не абстрактно, оно воплощается в слове, которое становится орудием познания, даже если это естественные науки. Формула, которая не может быть передана вербально, не живет. Вот почему журналист должен быть серьезным знатоком русского слова.

Ломоносов — титан Просвещения в России

Первым российским ученым-энциклопедистом, заложившим основы теории русского языка, был М. В. Ломоносов. А. С. Пушкин писал о нем: «Ломоносов был великий человек. Между Петром I и Екатериною II он один является самобытным сподвижником просвещения. Он создал первый университет. Он, лучше сказать, сам был первым нашим университетом»¹.

Действительно, это был человек талантливый во всех отношениях. Поражает один только перечень естественнонаучных дисциплин, в которых реализовался творческий гений ученого: это и химия, и физика, и география, и геология, и металлургия, и астрономия. Уже в то время М. В. Ломоносов смог доказать, что Венера имеет атмосферу. Он сумел сделать предсказания, которые нашли свое подтверждение только сейчас, в наше время. В последние годы жизни его деятельность была направлена на подготовку экспедиции, которая должна была доказать воз-

¹ Пушкин А. С. Собр. соч.: В 10 т. — Т. 6. — М.: Правда, 1981. — С. 186.

возможность пройти водой из Европы в Америку через Северный Ледовитый океан. В XVIII в. адмирал В. Чичагов не смог отыскать путь из Европы в Америку, и лишь советские полярники доказали правоту Ломоносова, подтвердили его гипотезу.

Но не только естественные науки стали предметом его научно-го интереса. Он отстаивал самобытность происхождения русской речи, споря с Августом Шлёцером, утверждавшим, что многие корни русского языка имеют германскую основу. М. В. Ломоносов опубликовал «Русскую грамматику», в которой впервые появилось упоминание о причастиях и деепричастиях. Перу талантливого лингвиста принадлежит и знаменитая «Риторика», по которой училось не одно поколение. Он создал систему русской лексики, упорядочив ее, и заложил основу русского силлабо-тонического стихотворства. Интересовала его и филология, которая является важнейшей частью науки. Не случайно филология изучается во многих странах на философских факультетах. Это естественно, потому что жизнь философии начинается с языка, с культуры речи.

Личность этого великого ученого многогранна. Универсализм его поражает. Это универсализм человека даже более ранней эпохи, эпохи Возрождения. Г. А. Гуковский сравнивал фигуру Ломоносова с Леонардо да Винчи и Галилео Галилеем.

Ломоносов сказал свое слово во всех науках. Это именно тот подход к энциклопедизму, который нас заставляет учить студентов русской речи, если не подходить к ней примитивно, только как к собранию правил. Язык сверкает разными гранями, поэтому владеть языком, овладеть языком другой профессии, войти в нее — очень важно.

Ценитель мировой литературы и культуры

Современная русская речь — это живой, динамично развивающийся организм, который отражает все процессы, происходящие в обществе. Состояние современного русского языка определяется и тем, что на нашу речь оказывает влияние появление новых коммуникационных систем и их развитие, а также, конечно, наплыв новых слов — и русских и заимствованных (новых терми-

нов). Наше государство существует в одном информационном поле с Европой, а значит, наш язык активно общается с другими языками – с английским, французским, немецким. Вот почему наша речь включает в себя столь много заимствований, и к каждому из этих языков у великого энциклопедиста было свое отношение. О своем восприятии языков Ломоносов говорил весьма образно, но особенно трепетно он относился к родной русской речи.

Ломоносов хорошо знал мировую литературу. В «Риторике» он ссылается на Цицерона, Марциала, Вергилия, Тацита, Демосфена, «Эзоповы притчи», на «Апулееву басню о золотом осле», Петрониев «Сатирикон», «Гулливеровы путешествия», «Еразмовы разговоры», на Камуэнса (Камозэнса в современном написании). Он стремится дать русский эквивалент названиям иностранных авторов, стремясь избежать калькирования. Он говорит об Овидиевых «Превращениях», которые сегодня превращаются усилиями современных переводчиков с латыни в «Метаморфозы».

Ломоносов о воспитательной роли литературной речи

Для Ломоносова важны этические моменты. Рассуждая о вымыслах чистых и смешанных, он относит «Лукиановы разговоры», «Эзоповы притчи» и «Гулливеровы путешествия» к чистым вымыслам, «которых на свете не бывало», составленным для нравоучения, и строго судит французскую литературу своего времени: «Французских сказок, которые у них романами называются, в числе сих (чистых. — Я.З.) вымыслов положить не должно, ибо они никакого нравоучения в себе не заключают. И от российских сказок, какова о Бове составлена, иногда только украшением штиля разнятся, а в самой вещи такая же пустошь, вымышленная от людей, время свое тщетно препровождающих, и служат только к развращению нравов человеческих и к вящему закоснению в роскоши и плотских страстях»². Написано 260 лет назад, но звучит вполне современно.

² М. В. Ломоносов и современные стилистика и риторика: Сб. статей. — М., 2008. — С. 99.

Надо отметить и то, что наш язык только что сумел справиться с теми переменами, которые произошли с ним после начала перестройки, когда социальный мир изменился очень сильно, а значит, поменялась и речь — многие ее элементы, даже обращение граждан друг к другу. Общение стало иным: появились новые социальные категории, следовательно, новые границы внутри общества. В наше время возникли социальные группы, например бомжи, которые находятся «на дне» общества. У них есть свои ненормативные языковые штампы, которые в конце концов проникают в литературную речь. Не всегда нормативна и речь нынешних хозяев жизни. Вот почему появились новые «языки» — социолекты.

Кроме того, на нашу речь в определенной степени оказывают влияние диалектизмы. Отчасти они принимаются языком, и тогда мы наблюдаем развитие языковой нормы, которая в принципе явление подвижное, динамическое.

Новые информационно-коммуникационные технологии и язык

Наиболее актуальным является процесс, связанный с ускорением темпа жизни, а в связи с этим — с ускорением темпа речи. Новые технологии, киберпространство и всякого рода сокращенные варианты передачи значения — сотовая связь, мобильный телефон — вызывают к жизни свои речевые ритуалы, свои сокращения. Появляются новые понятия и термины, связанные с этой новой, ускоренной речью и с речью в киберпространстве, например язык тех, чья работа связана с Интернетом. Возникли и усложненные знаковые, графические формы выражения мысли (сейчас это, может быть, и не так заметно, но со временем это будет более отчетливо видно). По-видимому, претерпевает изменения и грамматическая система. Пришло время подведения итогов. Тогда выявятся те формы и те находки, которые доказали свою жизнеспособность.

Сейчас проходят своеобразную «проверку на прочность», информационную востребованность и литературность раз-

ные виды массовой коммуникации. Особенно энергично сейчас развивается радио. Оно нередко использует формы прямого общения, выплескивая в эфир стихию улицы, разговорной речи, — то, что называется ток-шоу, этот заимствованный у англичан вид беседы, в которой участвуют журналисты, слушатели. Радиоведущие воздействуют на язык нации, и достаточно сильно. На телевидении тоже имеются большие сложности, поскольку для ток-шоу и для участия в программах часто приглашается ограниченный круг носителей языка, принадлежащих к определенной страте, и их жаргон, который люди слышат и усваивают, может оказывать воздействие на литературную речь.

Появились политологи, которые имеют очень специфическое образование, часто далекое от академического. Речь депутатов и представителей властных структур подчас тоже не соответствует языковым нормам. Точное следование нормам русской литературной речи, которое характеризует прежде всего прекрасные образцы творчества русских писателей XIX и XX вв., должно стать правилом для нас. Но сегодня эти традиции нарушены. Мир изменился, и это сказалось на языке.

Можно ли сейчас составить речевой портрет идеального СМИ? Задача трудная, ведь прежде всего он определяется политикой издания, ориентированного на определенную аудиторию — молодежную или, наоборот, зрелую, разную как в возрастном, так и в социальном плане. Но при этом нельзя забывать о лингвэтике, о той границе, которую нельзя переходить. Сочетание этих двух факторов в соединении с правильным использованием средств выразительности для придания тексту экспрессии даст изданию (каналу, передаче *etc*) право считаться образцовым или хотя бы приблизиться к таковому.

Работая в разных СМИ, журналист должен знать специфику образности, характерной для звучащего или написанного слова. Выразительность языка телевидения создается сочетанием образа и звучащего слова, шумов, которые сопровождают реальную жизнь. Газетная речь более консервативна: особенности образной речи здесь «привязаны» к русской классике — произведениям Пушкина, Грибоедова, Гоголя, Толстого, Достоевского,

Тургенева, Чехова, Солженицына, других замечательных писателей — они все-таки остаются образцами.

Надо отметить, что в XIX в. речь была более «строгой», чем в наше время. Допустимо ли вообще в речи использование сниженной лексики, к примеру обценной, для повышения выразительности текста? Нет. Это очень вредно для языка. Такая лексика не украшает нашу речь, особенно когда мы говорим об общении с широкой аудиторией. Конечно, есть передачи кабельного телевидения — на очень низком уровне! Чтобы привлечь определенный слой зрителей, там дозволена бóльшая «расслабленность» языка. Думаю, однако, что все можно выразить в рамках литературного языка. Подобная языковая политика наносит вред речевой культуре нации, ведь СМИ по-прежнему воспринимаются как эталонный носитель речи!

Журналист всегда в ответе за свое слово. Вот почему нужно заниматься языком с профессионалами всем журналистам: и газетчикам, и тем, кто работает на радио и телевидении, и не надо этого стесняться. Надо издавать для них больше словарей, книг, которые не только указывают значение слова, но и дают примеры правильного словоупотребления. Необходима служба послеэфирного речевого контроля, которая осуществляла бы мониторинг стилистических ошибок и устраивала бы семинары для журналистов.

Чтобы повысить речевую культуру общества, нужно начать со школы. Надо серьезно обучать школьников литературе и владению языком. К сожалению, сейчас в школьном расписании уменьшилось количество часов на литературу. Чем меньше времени уделяется преподаванию литературы, тем хуже язык общества. В этом отношении наиболее интересно работают во Франции, где до сих пор учат риторике, культуре речи. И это очень хорошо: дети замечательно говорят, пишут, хотя во Франции уличный жаргон меняет мелодику французской речи. А правильная речь — это правильный образ мышления. Вот почему укрепление норм русской речи так важно в наше время.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. — 2008. — № 4 (колонка редактора).

КОММУНИКАЦИЯ В ОБЩЕСТВЕ ЗНАНИЙ

Изобретение Интернета повлекло за собой развитие концепции электронного общества, электронного правительства, электронной торговли, электронной медицины и, в конце концов, информационного общества. Конечно, это было очень интересно и очень важно. И если посмотреть на дальнейшее развитие Интернета, он очень хорошо вписался в информационную структуру XX и XXI вв., в концепцию и в сферу массовой коммуникации, хотя сам по себе Интернет скорее хранилище информации, чем средство массовой информации. Правда, в ряде случаев он выполняет и функции информирования широкой аудитории.

Важная особенность Интернета состоит в том, что он особенно эффективно обслуживает все-таки информационный и исследовательский сектор общества, да и создан он был университетскими профессорами. Развитие Интернета идет достаточно бурно и активно. Но если мы посмотрим на пользователей Интернета, то увидим разный подход к нему с их стороны: он особенно важен и эффективен для тех, кто включен в исследовательскую деятельность, гораздо более важен и эффективен, чем традиционные средства массовой информации. Да он, собственно, к массовой информации имеет не такое уж большое отношение.

Демассификация коммуникации и современного общества

Развитие современных информационно-коммуникационных технологий в XXI веке привело к значительной демассификации коммуникации и к ее фрагментации, соответственно меняется роль журналистики и журналистов, поведение и место коммуникаторов в обществе.

Массовая коммуникация характерна для массового общества, символами которого стали телевидение и реклама, особенно той его стадии, которую определяют как общество потребления. Отношение к этому обществу разное: и эмоциональное, и рациональное. В Индии и в Китае сегодня, иногда не без своего рода удовлетворения, появляются утверждения о том, что в этих странах уже создается общество потребления, наконец-то.

В то же время мы все прекрасно знаем события 1968 года, когда студенческие волнения прошли как раз под лозунгом борьбы против потребительства, против консюмеризма, против культа телевизора, холодильника и стиральной машины. Обозначилось известное разделение и расслоение в потреблении информации.

Для массового общества самым главным информационным каналом осталось, конечно, телевидение, в меньшей степени — газеты, которые стали увядать сегодня: тиражи газет, их читательская аудитория во всех странах, за исключением Индии и Китая, сокращается.

Корреляция развития общества и коммуникации

Переход к обществу знания от общества потребления в рамках изменяющегося мира ведет к новым коммуникационным парадигмам. Интересно и важно выявить моменты и процессы, которые обозначаются и определяются в момент перехода к новой фазе функционирования и взаимодействия информационного общества и коммуникации.

Массовая коммуникация, массовое телевидение, массовые газеты — это для развитого общества потребления. С появлением новых технологий все более значительную роль в жизни общества играет разделение труда, дифференциация различных социальных групп. На этапе становления общества знаний, конечно, роль массовой коммуникации в результате развития и того же Интернета, и других путей доступа к информации меняется.

В предвыборных кампаниях сегодня массовые коммуникации играют меньшую роль. Скажем, в Соединенных Штатах в праймериз в ходе президентских выборов в 2004 и в 2008 гг.,

конечно, роль Интернета и межличностного общения была больше, чем в предшествующие годы. Меняется и роль массовых коммуникаций. Все более существенную роль играют качественные издания за счет массовых газет, которые теснит телевидение. Сказывается усталость от массовой коммуникации, от той назойливости, которая ей присуща.

Стереотипность и повторяемость того, что черпают люди из массовой коммуникации, привела к эффекту перенасыщения, и соответственно эти средства массовой информации утрачивают возможности для реального влияния на аудиторию. Даже в предвыборных кампаниях массовые коммуникации уступают все больше места тому, что в бывшем Советском Союзе называлось работой агитаторов среди населения. И, скажем, победа Буша на выборах в 2004 г. была обеспечена не только и не столько средствами массовой коммуникации, сколько этими агитаторами из числа протестантских проповедников довольно крайних взглядов, которые ходили по домам. Перевес в пользу республиканцев был достигнут во многом за счет этого. Сказалась еще одна важная тенденция: сегодня все более существенную роль играет межличностная коммуникация.

Мобильная телефония и развитие межличностной коммуникации

Массовое развитие более нового средства коммуникации, не массовой, а межличностной — мобильного телефона, привело к резкому росту межличностной медиатизированной коммуникации, которая потеснила сегодня массовую коммуникацию. Число мобильных телефонов сегодня в мире превысило 2 млрд. В Китае 500 млн сотовых телефонов, в России — 180 млн; это означает, что у нас количество сотовых телефонов превышает численность населения. Аналогичная ситуация складывается и во многих других странах мира. Таким образом, роль межличностной коммуникации значительно возрастает. Сотовая телефония становится важнейшим элементом современной коммуникационной структуры.

Сотовый телефон позволяет преодолевать пространство и в какой-то степени даже время. И дает возможность сочетать доступ и к массовой коммуникации, и к межличностной, к Интернету и к отдельным секторам аудитории. Поэтому сегодня возникла концепция мобильного общества.

Мобильное общество и общество знания

Оно особенно активно развивается, конечно, в Японии, где действуют Международный консорциум мобильного правительства и Институт исследования мобильного общества. Имеется даже специальная Ассоциация мобильного общества. Развитие мобильного общества рассчитано на более широкую аудиторию, чем Интернет. И если для владения Интернетом необходимы существенные дополнительные знания, то для владения мобильным телефоном требуются только знание цифр и умение нажимать соответствующие кнопки. Поэтому телефония развивается так же активно в Центральной Африке, как и в других труднодоступных регионах мира.

Межличностная коммуникация становится важнейшим фактором развития общества. И в этих условиях необходимо посмотреть на то, как соотносятся мобильная коммуникация и Интернет с массовой коммуникацией.

Можно сказать, что массовая коммуникация в отличие от Интернета рассчитана на массовую аудиторию. Но в развитии коммуникации возникают новые межличностные структуры (свидетельством тому уходящее массовое общество и общество массового потребления), на место массовой коммуникации приходит мобильный телефон: он рассчитан не на рекламу массовых товаров, а, скорее, на индивидуальное общение.

Это серьезное изменение в обществе. И главное, оно обладает большим универсализмом в силу особенностей мобильной связи. И здесь многое еще нужно изучить. Но то, что мы знаем о влиянии сотового телефона на общество, свидетельствует о том, что его развитие способствует росту экономического потенциала, преодолению социально-экономической отсталости.

Внедрение сотового телефона в Латинской Америке и в некоторых странах Африки существенно ускорило процессы модернизации общества.

Исследование, проведенное под эгидой Орбикома – объединения кафедр коммуникации ЮНЕСКО, в котором мы состоим, также показало, что мобильная коммуникация является важным новым фактором, который вовлекает в развитие широкие слои общества, притом что остается фактором межличностной коммуникации.

Необходимо в интересах интенсификации развития российского информационного пространства и информационной безопасности серьезно заняться анализом перспектив развития межличностной коммуникации. Для этого нужно провести соответствующие исследования. Мобильный телефон в силу простоты пользования и доступности становится важным фактором развития общества, а также становится важным элементом и инструментом развития общества знания, развития гражданского общества.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2008. – № 5 (колонка редактора).

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И КОММУНИКАЦИИ В 2008 ГОДУ

В 2008 г. активно развивалось цифровое информационное пространство коммуникации и массовой информации – мобильные телефоны, Интернет, цифровые версии газет, журналов, радио, телевидения.

Конвергенция создала новые условия для более широкого доступа к средствам массовой коммуникации и информации, что, конечно, сказалось на некоторых изменениях в распределении рекламы – главного источника доходов в этой сфере: значительная часть рекламы ушла в интернет-издания, и Интернет становится важнейшим источником доходов для информационно-коммуникационного бизнеса за счет достаточно широкого привлечения рекламы. Происходят серьезные изменения в развитии массовой коммуникации в связи с успехами в развитии информационно-коммуникационных технологий.

Мобильная революция

В 2008 г. число сотовых телефонов достигло 3 млрд. Почти половина человечества имеет сегодня доступ к мобильной связи. А через средства мобильной связи доступ часто возможен и к газетам, и к телевидению, и к радио, и, конечно, к Интернету, что еще больше подчеркивает важность развития этого информационно-коммуникационного сектора.

Количество телевизоров стабилизировалось на цифре в 2 млрд, что означает, что на каждых четырех человек, на каждую семью в мире в среднем приходится один телевизор.

Развивается и Интернет – на 30 ноября 2007 г. было зафиксировано 1 млрд 262 млн 32 тыс. 697 подключений к Интернету в мире, что тем не менее значительно ниже уровня распространения сотовых телефонов.

Между тем мобильные телефоны сегодня играют важнейшую роль в преодолении цифрового раскола и в расширении доступа к Сети: Интернет получил новое пространство, которое чрезвычайно важно для интернетизации современного общества.

Количество пользующихся Интернетом через мобильный телефон в 2008 г. неуклонно росло и достигло в Соединенных Штатах 15,6%, в Великобритании – 12,9%, в Италии – 11,9%, в России – 11,29%, в Испании – 10,8%. Доступ к Интернету существенно расширяется, однако, если говорить о других элементах информационно-коммуникационной системы, то следует признать, что количество компьютеров, находящихся в пользовании населения, растет медленно. В 2008 г. их число достигло 850 млн, что значительно меньше, чем количество мобильных телефонов или телевизоров.

Таким образом, новые технологии не только количественно увеличили свои позиции, но и стали давать новую продукцию, опираясь на современные интернет-технологии. Речь идет об использовании роботов для сбора информации.

Роботы в Интернете

Эта система, которая называется *RSS (Really Simple Syndication* – «действительно простое синдицирование», или *RSS*), позволяет обрабатывать имеющуюся в Интернете информацию, новости и действует в сетевых СМИ сегодня с помощью поисковых систем в важнейших элементах мировой системы сбора информации – в поисковых системах *Google, Yahoo, Яндекс, Рамблер*. Сейчас возникают новые поисковые машины в Интернете, их количество возрастает. Они позволяют ускорить сбор и отбор информации для различных пользователей. Речь идет о том, что потребность в этой системе отбора информации Интернета растет, происходит развитие индивидуализации поиска информации. И некоторые исследователи называют эти системы *СИИ* – средства индивидуальной информации. В журнале «Деньги» за 1-7 сентября 2008 г.

опубликована статья Андрея Шипилова «Роботы массовой информации», где говорится о том, что владельцы СМИ считают использование робототехники в обработке информации перспективным делом. В ней приводятся высказывания Мердока, который давно уже заявил о том, что в XXI в. будут активно использоваться роботы. И он даже утверждает, что провалятся те издания, которые к 2010 г. не будут иметь в штате робототредакторов.

Один из теоретиков и практиков этой деятельности по использованию роботов в отборе информационных материалов, Николай Докучаев, утверждает, что это очень перспективное направление. И он, будучи директором одного из интернет-СМИ, заявил, что они добивались полезных успехов по использованию этих роботов. Но, по его же словам, робот может выполнить 90–95% всей предварительной работы по заполнению интернет-газеты актуальным содержанием. Однако сделать последний штрих – решить, пустить ли материал в работу и на какую страницу его поместить, может только человек (см. журнал «Деньги» за 1–7 сентября 2008 г., с. 32). При этом особенно активно используется мониторинг блогов и форумов.

Автор статьи признает, что робот не сможет заменить журналиста, поскольку окончательную оценку пригодности материала для аудитории должен сделать профессионал. Тем не менее возможности дальнейшего внедрения компьютерных технологий в работу средств массовой информации здесь обозначены. И они представляют большой интерес.

В качестве механизма сбора и отбора такой информации в разных интернет-источниках используется так называемое «действительно простое синдицирование» – *RSS*, опирающееся на поисковые машины новостей сетевых СМИ.

Каковы бы ни были перспективы развития этих роботов в Интернете, ясно, что роль Интернета как поставщика информации и новостей возрастает. В связи с этим необходимо отметить, что становится еще более активным использование мобильных телефонов для сбора информации.

Мобильный репортер

Большинство современных радиостанций предлагает владельцам Интернета присылать на адрес редакции *mms* и *sms* с интересными материалами, текстами и особенно фотографиями, обещая за это гонорары, о которых можно узнать по специально выделенному адресу. И при этом, конечно же, ясно, что здесь пользователи мобильных телефонов получают возможность стать поставщиками информации для телевидения, журналов, газет и особенно для различных интернет-изданий. Развитие новых технологий активно идет и в России. Об этом свидетельствуют данные о количестве использования мобильных телефонов для доступа в Интернет.

Языки Интернета

Русский язык, к сожалению, не входит даже в десятку самых распространенных интернет-языков, где первое место занимает английский язык, которым пользуются 430 млн 800 тыс. пользователей, имеющих доступ к Интернету, и уступает многим странам: например, китайским языком пользуются 276,2 млн, испанским – 124,7 млн, японским – 94 млн, французским – 68,2 млн, немецким – 61,2 млн, арабским – 59,9 млн, португальским – 58,2 млн, корейским – 34,8 млн. Итальянский язык – 34,7 млн – включает десятку самых активных пользователей Интернетом через мобильный телефон. По количеству говорящих русский язык, конечно, существенно превосходит и итальянский, и корейский, и немецкий, и французский, и японский. Может быть, уступает испанскому, португальскому и арабскому.

Цифровые технологии в развивающихся странах

В развитии Интернета и мобильных телефонов происходит расширение количества стран, которые обладают этими техно-

логиями и в которых развиваются различные направления в использовании мобильных телефонов.

Если говорить о росте пользователей Интернетом в мире, то большой прирост был на Среднем Востоке — 1176,8%, в Африке — 1030,2%, в Латинской Америке — 659,9%, в Азии в целом — 363,4%. Это на фоне общемирового роста — 290%. И в Европе, и в Северной Америке прирост превышает соответствующие цифры и в Африке, и в Азии, и на Ближнем Востоке. Но темпы роста очень велики в этих регионах. И нужно сказать, что с ростом числа пользователей мобильным телефоном и Интернетом повышается возможность и для экономического развития стран мира.

Если в конце XX в. развитие новых технологий в Африке и Азии находилось в процессе стагнации, то в начале XXI в., во многом благодаря появлению мобильных телефонов, резко выросло. Проникновение Интернета в некоторых странах превышает 50% — это Франция, Дания, Испания, Финляндия, Германия, Ирландия, Италия, Люксембург, Нидерланды, Португалия, Словения, Швеция, Великобритания. А общая цифра проникновения Интернета в Европейском союзе составляет 65,7%.

Соответственно, велика динамика роста, по Европейскому союзу она равна 189,5%. Наибольшее число пользователей Интернетом в Германии — 53 млн, в Соединенном Королевстве — 40 млн, во Франции — 35 млн, в Италии — 33 млн, в Испании — 23 млн, в Нидерландах — 20 млн, в Польше — 11 млн, в Португалии — 8 млн, в Румынии — 7 млн, в Швеции — 7 млн.

СМИ в цифре

Развитие новых интернет-ресурсов возрастает благодаря тому, что оцифровка используется для доставки аудитории всех средств массовой информации: газет, радио, телевидения, не говоря уже о том, что, начиная с 2001 г., большинство средств массовой информации в Европе перешли на дуалистичное обнародование своих материалов: в традиционной форме — газе-

тах, на радио и телевидении, и в то же время через Интернет в цифровом варианте.

Цифровые издания становятся не просто спутниками традиционных источников информации, а особой интегральной частью традиционных СМИ; более того, конвергенция позволяет изменить функциональные моменты в деятельности СМИ: в газетах часто оперативная информация содержится в интернет-версиях, а аналитические материалы остаются в бумажных изданиях. Аналогичным образом действуют и аудиовизуальные СМИ. Быстрота доставки информации Интернетом не сравнима с бумажными вариантами газет и журналов, и, конечно, оперативные материалы гораздо быстрее поступают через Интернет, чем по почте или через телевизионные компании. Кроме того, это позволяет расширить объем информации, которую получают читатели, аналитика также идет параллельно в интернет-версиях. И нужно сказать, что многие интернет-версии приносят достаточно большие доходы от рекламы. Одним из важных моментов в развитии СМИ в 2008 г. является рост интернет-рекламы. И в то же время нужно сказать, что в газетном мире растет и тираж ежедневных изданий, опирающихся на новые технологии. На первом месте здесь находятся страны с особенно динамичной экономикой.

Новые лидеры газетного роста – газеты уходят в Азию

В Бразилии тираж газет вырос на 11,8%, в Индии прирост составляет 35,51% (99 млн), в Китае прирост тиража 20,69% (107 млн экз.). Также увеличивается и количество телевизоров. В Бразилии сегодня 36,5 млн, в Индии – 63 млн, в Китае – 400 млн. Эти страны – лидеры по совокупному росту СМИ, что очевидно. В Соединенных Штатах – 219 млн, в Японии – 6,5 млн, в России – 60,5 млн, во Франции – 34,8 млн, в Великобритании – 30,5 млн, в Италии – 30,3 млн. По существу, более 90% квартир имеет телевизоры. Но сегодня существует разрыв в доступе к высококачественному скоростному Интернету, поскольку цифро-

вое телевидение еще только начинает развиваться. И, конечно, доступно оно только в наиболее развитых странах. Количество мобильных телефонов значительно превышает другие средства доступа к информации.

Соответственно, идет развитие и новой структуры мировых СМИ. Активно развивается газетное дело. Здесь лидерами, как и в прошлом году, остаются Индия и Китай. В мире вырос общий тираж газет – более 573 млн (прирост – 3,65% от общего числа ежедневных газет). Количество газет, которые продаются, выросло на 8,06% в 2007 г., а за пять лет – на 9,39%. Что же касается оплачиваемых газет и их тиража, то в основном он оставался стабильным. Тиражи были стабильными в 75% стран. Ежедневно 532 млн человек покупают газеты по сравнению с 86 млн в 2003 г. Читательская аудитория составляет больше 1 млрд 700 млн ежедневно. 74 газеты из самых успешных по продажам тиража публикуются в Азии, Китае, Японии и Индии. Сложились пять крупнейших рынков газет. Это Китай – 107 млн экз. ежедневно, Индия – 99 млн экз., Япония – 68 млн, Соединенные Штаты – 51 млн и Германия – 20,6 млн. Выросли цифры тиражей в Южной Америке на 6,72%, в Австралии и Океании – на 4,28%. Количество оплаченных газет, которые поступают в продажу, выросло везде, за исключением Северной Америки, где оно даже снизилось на 0,56%. Выросло количество названий в Азии на 5,3%, в Австралии и Океании – на 4,55%, в Африке – на 3,99%, в Южной Америке – на 2,54%, в Европе – на 0,48%. И в то же время тиражи газет в США и во многих европейских странах падают.

Меняющиеся параметры информационного рынка

29 октября 2008 г. Джон Йемма, главный редактор газеты «Крисчен сайенс монитор», издающейся с 1908 г. в Бостоне, объявил о прекращении ежедневного выпуска газеты на бумаге – вместо этого она будет ежедневно появляться в Интернете, а в печатном виде будет издаваться в качестве еженедельного журнала.

Это громкое предупреждение о серьезных сдвигах в развитии ежедневной печати и о новой повестке дня на 2009 г. не только в США, но и во всем мире.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. — 2008. — № 6 (колонка редактора).

2009 год

Мобильный телефон – важный фактор инновационного развития, за ним будущее. Но его внедрение и применение требует в то же время серьезного и внимательного, вдумчивого отношения и инвестиций, которые и будут способствовать преодолению кризисных болезней.

НОВЫЙ МИР – НОВЫЕ ОБРАЗЫ: XXI ВЕК СОЗДАЕТ СВОИ СИМВОЛЫ

В XXI в. мир меняется технологически – оцифровка создает новые условия для конвергенции, для ускорения обмена информацией, для торжества общества знаний.

XXI век создал новую расстановку сил. Мир изменяется геополитически: динамика развития меняет авторитеты и приоритеты. Сегодня символом развития является аббревиатура БРИК, объединяющая самые динамично развивающиеся страны мира начала XXI в. – Бразилию, Россию, Индию, Китай. Образ БРИК становится важнейшим для определения современного мира, это новая аббревиатура нового мирового пространства. И хотя сегодня самой мощной экономикой мира остаются Соединенные Штаты, но динамика развития мира такова, что на первый план выдвигаются новые страны из разных континентов. Монополизм Запада сегодня уступает свои позиции – однополярного мира сегодня быть не может. БРИК является символом нового международного порядка, наступление которого оно означает.

Другие перемены в мире также весьма существенны и ведут к созданию новых образов: в странах БРИК развивается гражданское общество. В России это развитие затрагивает разные сферы, в том числе сферу коммуникаций. Меняются традиционные представления о социально-экономических категориях, которые переосмысливаются и приобретают новый облик и образ.

Корпорации, компании становятся публичными, прозрачными. Они могут не только развивать экономический потенциал, но и даже укреплять гражданское общество. Это важный момент. Публичная компания – это символ усиления влияния общества на капитал, усиления публичного интереса и контроля общества.

Публичное радио, общественное радио – это также символ отказа от власти крупных монополий и корпораций в сфере

информации. Публичное вещание обеспечивает гражданское общество информацией, дает толчок развитию образования и образованности и дает миру качественное искусство, качественные культурные программы. Наконец, блоги и блогеры — это образы свободной журналистики и свободного обмена информацией.

Новые явления вызывают новые понятия, новые образы и новые символы. Старые понятия переосмысляются, как это происходило с понятием «корпорация» по мере превращения корпораций, компаний в публичные, подконтрольные общественному мнению организации.

Создание новых образов основывается на переосмыслении старых, традиционных, вызванном новыми тенденциями и новыми вехами в развитии мира.

БРИК — символ многополярного мира XXI века

Аббревиатура БРИК впервые была использована для обозначения быстро растущих развивающихся экономик Бразилии, России, Индии и Китая в 2001 г. аналитиками американской холдинговой компании «Голдман Сакс». Они пришли к выводу, что эти страны развиваются так быстро, что к 2050 г. взятые вместе экономики стран БРИК превзойдут объединенные экономики сегодняшних богатейших стран мира.

Характерно, что, как отметили американские эксперты, страны БРИК не будут формировать экономический блок или формализованную торговую организацию, наподобие Европейского союза, однако они полагают, что четыре страны БРИК стремятся образовать политический «клуб» или «объединение», чтобы конвертировать «их растущую экономическую мощь в более крупный геополитический объект». Они усмотрели признаки этого в совещании министров иностранных дел стран БРИК в Екатеринбурге в 2008 г. Википедия сопровождает это заключение фотографией встречи в 2008 г. глав государств БРИК: премьер-министр Индии Манмохан Сингх, Президент России Дмитрий Анатольевич Медведев, Председатель КНР

Ху Цзиньтао и Президент Бразилии Игнасио Лула да Силва объединены в рукопожатии – лидеры БРИК демонстрируют свое мирное содружество. Наступил XXI в., на смену военным блокам, подобным НАТО, пришло объединение стран БРИК, лидеров мирного экономического развития – так меняется мир и меняются его символы.

Директор Международного валютного фонда (МВФ) Д. Стросс-Кан заявил в газете «Нью-Йорк Таймс» 26 сентября 2008 г. (опубликовано онлайн в газете 27 сентября 2008 г.): «Четыре крупнейших развивающихся рыночных страны – Китай, Россия, Бразилия и Индия, или БРИК, – которые имеют здоровый торговый баланс или имеют сотни миллиардов резервов в иностранной валюте, не будут так затронуты кризисом, хотя Россия и уязвима из-за падения цен на нефть». БРИК становится символом устойчивости и экономического развития даже в момент катастроф на мировых биржах Запада.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2009. – № 1 (колонка редактора).

МОБИЛЬНЫЙ ТЕЛЕФОН КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Мобильное общество приобретает особую подвижность и особую значимость ввиду своей доступности широким слоям общества. За все время, пока существует Интернет, количество пользователей не превысило полутора миллиардов, а сотовым телефоном пользуются уже 3 млрд. Особенности мобильного телефона именно в том, что он снимает многие аспекты, связанные с цифровым расколом. Для пользования телефоном нужны минимальные знания и возможности, а отсутствие этих знаний не мешает пользоваться теми преимуществами, которые дает мобильный телефон. И вот это триумфальное наступление мобильного телефона ведет к тому, что возникают не только мобильная медицина, работа, управление обществом, не только мобильные системы мэрии или правительства, но и новая концепция мобильности в обществе, которая дает возможность резко ускорить развитие экономики. И здесь у мобильной системы оказались огромные преимущества. Сочетание высочайшей технологии с широчайшей доступностью этой технологии делает мобильную составляющую уникальным фактором ускорения развития общества. Именно ее сегодня активно исследуют, именно она привела к созданию нового этапа в информационном обществе: в отличие от интернет-общества, появляется не только возможность массовой коммуникации, но и развитие индивидуальной, межличностной коммуникации, которая позволяет сделать еще более интенсивной возможность обработки и использования информации. И, конечно, это мобильное общество вызывает новые импульсы.

Мы уже отмечали, что в развитии современной системы коммуникаций мобильный телефон играет уникальную роль. Мобильный телефон, во-первых, самое массовое средство коммуникации, во-вторых, он позволяет индивидуализировать обмен информации, открывая новые возможности для меж-

личностной коммуникации. И, в-третьих, мобильный телефон лишен того элемента отчуждения, который все-таки чувствуется и проявляется при пользовании Интернетом. И вот в этом смысле мобильная связь — наиболее прямая связь человека с человеком, лишенная обезличенности массовой коммуникации: газет, радио, телевидения. И это достоинство способствует дальнейшему развитию мобильного телефона не только в сфере межличностного общения, но и как инструмента, важного для обмена информацией.

Здесь несколько важных аспектов: во-первых, делаются попытки развития мобильного телевидения. Пока это эксперимент. Но при дальнейшем расширении новых информационно-коммуникационных технологий эта трудность пользования телефоном для просмотра телевизионных передач может быть устранена. Технология сегодня способна на многое. Во-вторых, происходит дальнейшее усиление связи с Интернетом через мобильный телефон. Один из элементов этой связи — это возможность пользоваться содержанием Интернета с помощью мобильного телефона. В-третьих, мобильный телефон может быть средством индивидуальной доставки информации и содержания от одного пользователя мобильного телефона к другому. При этом особенно важно подчеркнуть, что новости поступают на телефон в любое время. И в этом смысле у мобильного, конечно, больше преимуществ перед другими средствами массовой информации. Не говоря уже о газете, телевидении, радио. Вы получаете новость индивидуально. И это важно. Не случайно же мобильный телефон часто называют средством вездесущей информации. Эта вездесущность мобильного телефона определяется тем, что вы можете мгновенно преодолевать пространство — разговаривать из Москвы с Аргентиной или с любым другим участком земного шара, где есть сотовая связь. Это и преодоление времени: вы можете вести разговор в любое время суток на любом расстоянии. Вседоступность мобильного телефона является его важным качеством. Я думаю, если мобильный телефон является средством межличностной коммуникации, он одновременно является важным средством доставки содержания массовой коммуникации аудитории.

Велики его возможности также и в развитии образования, и в доступе к различным видам развлекательных программ на телевидении и в Интернете. Все эти обстоятельства вызвали серьезный интерес к мобильному телефону в исследовательской среде. Прежде всего в тех странах, где мобильная связь особенно активно развивается. Я имею в виду Японию, Южную Корею, Соединенные Штаты, Европейский союз. И сегодня межличностная коммуникация, мобильная коммуникация вошла важным элементом в повестку дня исследования коммуникации наряду с массовой коммуникацией. С этой точки зрения интересно обратиться к тем научным трудам, которые появились по этому поводу в последнее время. Эти труды, конечно, рассматривают разные стороны возможностей мобильного телефона.

Одной из первых монографий, посвященных мобильному телефону, была книга американского профессора из Фордхэмского университета (Fordham University) в Нью-Йорке Пола Левинсона «Сотовый телефон»¹. В этой книге главное внимание уделяется истории развития мобильного телефона (книга издана в 2004 г.) и большое внимание уделяется различным моментам использования его в целях журналистики. Об этом говорят и основные главы этой интересной книги одного из ветеранов научных исследований в области коммуникаций. Книга открывается рассуждениями о чудо-телефоне. Автор говорит об информации в движении, о доступе к глобальной Паутине, о мобильном воображении и одновременно — о тех сложностях, которые несет с собой мобильный телефон, он обозначает их как недостатки постоянного контакта. Но, рассматривая разные аспекты мобильного телефона, автор уделяет особое внимание преодолению цифрового раскола, говоря о прыжке, который совершил в развитии коммуникации мобильный телефон. Наконец, в этой же книге речь идет о том, как полезен мобильный телефон для журналиста. И Левинсон называет этого журналиста «журналистом сотового телефона». Есть и определенные слабые места

¹ Levinson, P. Cellphone. The story of the world's most mobile medium and How it has transformed everything! — NY: Palgrave Macmillan, 2004.

в развитии телефона. Соответственно это первая книга о проблемах мобильной коммуникации и, конечно, серьезное исследование, которое заслуживает всяческого уважения.

Одновременно происходили важные события в изучении мобильной телефонии и в других странах. В том же 2004 г., когда вышла книга Левинсона, в Японии (в Токио) был создан Институт исследования мобильного общества (*The Mobile Society Research Institute*) при компании *NTT DoCoMo Inc.*, которая занимается производством телефонов в Японии. Этот институт провел и проводит чрезвычайно интересные исследования. Одно из них было сделано с помощью английских специалистов и посвящено позитивным и негативным сторонам мобильного телефона. По заказу Института исследования мобильного общества корпорация *NTT DoCoMo Inc.* провела опрос пользователей мобильного телефона по двум направлениям: о негативных аспектах² и об относительно позитивных моментах³. Руководили исследованием два японских специалиста – И. Кушчу (I. Kushchu) и М. Куску (M. H. Kuscu), которые провели для этого опросы пользователей в разных странах. Они опрашивали людей разных возрастов и разных профессий, что является полезным материалом для дальнейших исследований. Участвовали университеты из Сассекса (*Sussex University*) и Лондонской школы экономики (*The London School of Economics*). Особенно важно это для компании, которая создала институт и занимается производством мобильных телефонов. И, конечно, это исследование помогает изучить рынок и сложности его развития. Я думаю, что эти исследования очень важны.

Примерно в это же время Массачусетский институт технологий (*Massachusetts Institute of Technology*), который является одним из наиболее серьезных исследовательских центров в сфере коммуникации, выпустил книгу американского исследователя Ричарда Линга «Мобильная связь. Сотовый телефон и его влия-

² Kushchu, I., Kuscu, M. H. Negative feelings toward mobile phones. – URL: <http://www.mgovernment.org/resurces/antipathyfinal.pdf>

³ Kushchu, I. Positive contributions of mobile society. – URL: <http://www.mgovernment.org/resurces/positvezfinal.pdf>

ние на общество»⁴, где рассматриваются разные аспекты внедрения мобильного телефона в жизнь современного человека. И особое внимание уделяется проблемам безопасности, различным аспектам пользования мобильным телефоном, влиянию мобильного телефона на повседневную жизнь. Все это представляет большой интерес. Автор также пишет о воздействии мобильного телефона на детскую и юношескую аудиторию. Речь идет о том, как мобильный телефон меняет представление об обществе. И особое внимание уделено личности, поскольку мобильный телефон предполагает возможность индивидуализации в отличие от других средств коммуникации.

Наконец, в 2005 г. в том же издательстве Массачусетского института технологий была издана книга, в которой рассматривалось влияние мобильного телефона на японскую жизнь. Название книги было достаточно показательным – «Личный, переносной, пешеходный»⁵. Подчеркивая особую роль мобильного телефона в межличностном общении, исследователи, японские специалисты (редакторы Мицуко Ито (*Mizuko Ito*), Дайсуке Окабе (*Daisuke Okabe*) и Миса Матсуда (*Misa Matsuda*)), хотели показать возникновение нового дискурса в японском обществе, который требует, видимо, серьезного изучения специалистами, знающими японский язык. Эта книга сыграла важную роль в осмыслении влияния на японцев мобильного телефона, прежде всего на молодежь. Она интересна тем, что базируется на исследованиях общества, которое действительно широко пользуется мобильными коммуникациями.

Можно назвать и другие книги, посвященные развитию мобильного общества. Вот, например, книга «Мобильные медиа: содержание и сервисы для беспроводной коммуникации»⁶, изданная Европейским институтом медиа (*The European Institute for the Media*), рассматривает мобильный телефон как средство

⁴ Ling, R. *The Mobile connection: The cell phone's impact on society.* – San Francisco, 2004.

⁵ *Personal, Portable, Pedestrian: Mobile phones in Japanese life* / Ed. by M. Ito, D. Okabe, M. Matsuda. 2005.

⁶ *Mobile Media: content and services for wireless communications* / Ed. by J. Groebel, E. M. Noam, V. Feldmann. 2006.

развития массовой информации, основанной на беспроводной коммуникации. И, предсказывая цифровое будущее коммуникации, авторы особо выделяют новые возможности развития содержания и моделей общества. И соответственно проблемы развития контента здесь очень важны. Исследование, опубликованное под редакцией профессоров Джо Грёбеля (*Jo Groebel*), Эли Ноама (*Eli M. Noam*) и Валерии Фельдман (*Valerie Feldmann*), носит практический характер, выявляя особенности работы с информацией в мобильном телефоне. И в заключительной главе один из инициаторов этой работы, Джо Грёбель, пишет о мобильных массовых средствах информации, рассматривая их как новый век для потребителей, бизнеса и общества. Правда, при этом он ставит и знак вопроса. Но практически текст убеждает в больших возможностях мобильной связи.

В заключение хотел бы коснуться двух книг, изданных совсем недавно. Это прежде всего книга «Культура мобильных телекоммуникаций»⁷ доктора философских наук Сергея Владимировича Бондаренко. Она является, по существу, первым в России научным исследованием массовой коммуникации, что привлекает к ней серьезное внимание. Автор прежде всего смотрит на мобильную коммуникацию как на фактор развития культуры. В заключении он пишет: «Они такие маленькие, эти мобильные телекоммуникационные артефакты, а связанный с ними мир Культуры такой огромный. Безграничный мир, постоянно расширяющийся и развивающийся как Вселенная!»⁸. Это исследование мобильной коммуникации как фактора прежде всего культуры — очень интересная и полезная книга.

Большое исследование «Мобильная коммуникация и общество: глобальная перспектива» было проведено также под эгидой Массачусетского института технологий, одноименная книга была издана в Лондоне в 2007 г.⁹ В ней основное внимание уделя-

⁷ См.: Бондаренко С. В. Культура мобильных телекоммуникаций. — Ростов н/Д, 2007.

⁸ Бондаренко С. В. Указ. соч. — С. 320.

⁹ Mobile communication and society: a global perspective / Ed. by M. Castells, M. Fernandez-Ardevol, J. Linchuan Qui, A. Sey. 2007.

ется изучению развития мобильной телефонии в разных странах мира, но, к сожалению, авторы не сумели сказать что-то основательное относительно ситуации в России. И это, пожалуй, самый заметный пробел в исследовании. Основное внимание они сосредоточили на странах Азии, Африки, Европейского союза. Тем не менее книга представляет большой интерес еще и потому, что в состав авторского коллектива входит замечательный исследователь информационного общества Мануэль Кастельс (*Manuel Castells*), которому в этой книге составляют компанию исследователи из разных университетов: Джек Линчуан Куи (*Jack Linchuan Qiu*), доцент Школы журналистики и коммуникации Китайского университета Гонконга (*School of Journalism and Communication at the Chinese University of Hong Kong*), Араба Сей (*Araba Sey*), сооснователь сети китайского Интернета, докторант Анненбергской школы коммуникации в Университете Южной Калифорнии (*The Annenberg School of Communication, University of South California*). В состав коллектива входит также Джоан Гроссман (*Joanne Grossman*) из Массачусетского института технологий, который занимался и занимается всеми этими проблемами.

Таким образом, имеется обширная литература, на которую можно опереться. Эти книги дают серьезный материал для изучения проблем мобильного телефона. В них акцент сделан прежде всего на теоретический аспект развития мобильной коммуникации. И в то же время исследование, которое было проведено с участием Мануэля Кастельса, связывает развитие мобильной связи с информационным обществом. В первой главе «Мобильная коммуникация и общество» (*Mobile Communication and Society*) говорится о важности темы и определяется основная цель этого исследования. По мнению авторского коллектива, в рамках сегодняшних знаний это должно помочь установить тональность для будущего анализа и оценок тенденций, которые переосмысливаются и определяют новые дефиниции во взаимоотношениях коммуникации, технологии и общества во всем мире. Эта интересная работа, как и многие другие, сближает мобильную коммуникацию с массовой. Здесь, пожалуй, сказывается сильное влияние традиций — рассматривать ком-

муникацию только через призму массового потребления, в то время когда мобильный телефон создает условия для развития индивидуальной, межличностной коммуникации; и это самым серьезным образом меняет наше представление относительно современного общества, которое в ходе развития на пути к обществу знаний все в большей степени опирается на личности выдающихся исследователей. И в этом смысле межличностная коммуникация здесь особенно важный момент.

Я не назвал еще одного из авторов – Мирею Фернандес-Ардеволь, которая является исследователем в Междисциплинарном интернет-институте Открытого университета Каталонии (*The Internet Interdisciplinary Institute, Open University of Catalonia*) и лектором эконометрии на факультете экономических наук Университета Барселоны (*Faculty of Economic Sciences, University of Barcelona*).

Я думаю, что главным пробелом этой книги является отсутствие материалов о России, которая тем не менее занимает одно из важнейших мест в развитии мобильной связи.

Все эти исследования, конечно, очень интересны, но они отходят от темы – развитие наряду с массовой коммуникацией изменений в самой системе коммуникаций и прежде всего возрастание роли межличностной и индивидуальной коммуникации, которая отражает запросы и интересы общества знаний. Именно общество знаний позволяет увидеть новые перспективы развития коммуникации.

Во введении к книге авторы говорят, что они рассматривают мобильное начало как часть мобильного сетевого общества, являющегося воплощением социальных структур, которые были концептуализированы в сетевом обществе на этот раз с позиций новых беспроводных коммуникационных технологий. В этом определении тем не менее отсутствует важный момент индивидуализации коммуникации, который открывает мобильная телефония и который важен и характерен для формирующегося общества знаний.

Новая журналистика сильна еще и потому, что она может быть многократно заново увидена, услышана, просмотрена и, конечно, прочитана, будучи зафиксирована в тексте. Все

это требует значительного усовершенствования сайтов, которые позволят аудитории действительно получать информацию всеми возможными способами восприятия — зрением, слухом, а главное — с помощью развития своего интеллекта. И от разделения «культуры текста» на «культуру уха» и «культуру глаза» мы приходим к объединению этой культуры в новой синергии конвергенционного восприятия мира. Это новый этап в развитии журналистики, который еще не завершился, но развивается и требует технологической и интеллектуальной доработки. В то же время это новый существенный фактор, который сегодня активно меняет нашу журналистику: печать, радио, телевидение. И за счет изменения их в смысле технологическом, прежде всего за счет многопланового представления о разных сторонах жизни с помощью современных информационных технологий, возникает новая синергия журналистики XXI в. — многосторонней, аналитической и многослойной — журналистики общества знаний, в которой на первый план выходит индивидуализированная межличностная коммуникация, свободная и ответственная.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. — 2009. — № 2 (колонка редактора).

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО ПРИРАСТАЕТ РАЗВИВАЮЩИМИСЯ СТРАНАМИ

В XXI в. новый толчок развитию информационного общества дают развивающиеся страны, прежде всего благодаря быстрому проникновению мобильной телефонии и Интернета. 61% жителей земли пользуются мобильниками, 23% подключены к Интернету.

В мире растет количество пользователей новых информационно-коммуникационных технологий. По данным Международного союза электросвязи (МСЭ), в 2002 г. число подключений к Интернету выросло с 11 до 23% всех жителей земного шара. Медленнее росло число пользователей фиксированными линиями телефона – от 1 млрд в 2002 г. до 1 млрд 270 млн в 2008 г.

Наиболее значительным был прирост сектора мобильной связи – более чем в четыре раза: от 1 млрд в 2002 г. до 4 млрд 1 млн жителей нашей планеты. Главным сектором роста были страны Азии, Латинской Америки, Океании и Африки.

Информационное общество становится мобильным

Важнейшей особенностью развития информационного общества в XXI в. стал очевидный поворот к мобильной сотовой телефонии, а также возрастание роли развивающихся стран в ее продвижении – на их долю приходится две трети сотовых телефонов в мире. Помимо числа пользователей мобильной телефонией увеличилось и количество пользователей мобильного Интернета, что имеет принципиальное значение для развития информационного общества.

Южная Корея – полигон для мобильного общества

1 июня 2009 г. «Нью-Йорк Таймс» опубликовала статью «В Южной Корее вся жизнь мобильна». В ней рассказывается о том, как меняется стиль жизни и поведение людей в Южной Корее в результате распространения мобильных телефонов и их использования практически во всех сферах деятельности.

Описывая жизнь студентки Женского университета Сукмунг в Сеуле, корреспондент «Нью-Йорк Таймс» Чу Сан Хун пишет, что вся жизнь студентов этого университета зависит от мобильного телефона. Они просыпаются утром от звонка мобильного телефона, который заменяет будильник, потом, по телефону же уточнив прогноз погоды, решают, что надеть. В метро студенты проходят через контроль, прислонив свой телефон к коробке-датчику, которая извлекает из него плату за проезд. Пока они едут в метро, они по мобильному телефону узнают, пришли ли из библиотеки книги, что нового в блоге в Интернете, и смотрят телевизор.

Студенты делают отметку о своем прибытии в университет с помощью мобильного телефона. В результате университетский компьютерный сервер указывает, кто и когда прибыл на занятия.

Одна из студенток сказала корреспонденту: «Если я оставила свой бумажник дома, я могу этого не заметить в течение всего дня. Но если я потеряла телефон, вся моя жизнь начинает спотыкаться сразу здесь же, в метро».

Прошло какое-то время, прежде чем мобильники перестали быть просто телефонами, превратившись в средство получения и передачи текстов, в фото- и кинокамеры, в цифровые музыкальные плееры.

Эксперты утверждают, что Южная Корея благодаря высокоскоростным беспроводным сетям и высоким технологиям компаний, подобных *Samsung* и *LG*, сделали эту страну реально действительным полигоном для мобильного будущего. «Мы хотим все сложные атрибуты повседневной жизни – деньги, кредитные карточки, членские билеты, студенческие билеты – все вложить в мобильный телефон, – утверждают представители компаний мобильной связи *SK Telecom*. – Мы хотим сделать мобильный

телефон центром жизни». Учитывая, что южнокорейцы меняют свои телефоны раз в год, действительно невозможно уследить за тем, что они могут еще сделать, используя мобильник последней модели.

Использование телефона так широко распространено, что в любое время вы можете увидеть южнокорейцев всех возрастов, просматривающих телевизионные мыльные оперы на своих мобильных телефонах. Таков этот новый мобильный стиль жизни.

В 2005 г. Южная Корея стала первой страной в мире, где мобильные телефоны могут получать цифровые телевизионные сигналы. Американцы с их последними моделями телефонов только сейчас начинают привыкать к этому. Во многих странах телефон стал и калькулятором, и словарем, и хронометром. На мобильные телефоны доставляют газеты, с помощью телефона измеряют биоритмы.

Увольнение по мобильному телефону

В марте 2009 г. группа южнокорейских таксистов провела митинг, после того как их компания прислала им по мобильному телефону уведомления об увольнении. Эта практика приобрела скандальную известность по мере того, как страна вступила в экономический кризис.

С помощью телефонов совершаются покупки, их стоимость достигла в 2008 г. 1,7 триллионов вон, что равняется 1,4 млрд долл. по текущему курсу этого года.

Развитие мобильного телефона в Южной Корее отражает и те тенденции, которые, пройдя испытания в этой стране, получают признание и в других государствах — в Англии, Соединенных Штатах. В прошлом году «Сити-банк» начал предлагать мобильные телефоны для расчетов с банками в более бедных странах — от Индии до Замбии, где у многих людей нет ни связей с банками, ни мобильного Интернета, но имеются мобильные телефоны.

Безбумажниковое общество

Менеджер мобильных расчетов компании СК в Сеуле Чжу Хее-санг сказал американскому корреспонденту, что мобильные банковские операции превращают Южную Корею в безбумажниковое (*walletless*) общество. Но даже в Южной Корее многие с трудом привыкают к мобильным расчетам. Пока студенты привыкают обходиться без студенческих билетов.

У южнокорейцев процесс замены кредитных карточек и бумажных денег посредством мобильных телефонов сталкивается с трудностями. Конвергенция банка с мобильным телефоном требует времени, до сих пор не все даже в Южной Корее приспособились к тому, чтобы проводить расчеты посредством мобильного телефона. Пройдет еще много времени, прежде чем телефон заменит пластиковые карточки. Но уже сегодня таксист в Сеуле получает плату за проезд с помощью мобильного телефона.

В университет Сукмунг пришло мобильное будущее – меняется стиль жизни и поведение людей под влиянием проникновения мобильных телефонов в повседневную жизнь. Конечно, это требует высокого уровня развития мобильной связи. У нас в России пока только внедряется связь третьего поколения. В Корее уже действует четвертое поколение мобильных телефонов. Мы отстаем. Но не только мы. И Соединенные Штаты, и многие другие страны.

Южная Корея показывает нам примеры активного и – это главное – эффективного внедрения мобильных телефонов. Как видим, и менее опасные в технологическом отношении Индия и Замбия также активно используют мобильный телефон.

Мобильный телефон – важный фактор инновационного развития, за ним будущее. Но его внедрение и применение требует в то же время серьезного и внимательного, вдумчивого отношения и инвестиций, которые и будут способствовать преодолению кризисных болезней и тому обновлению, которое кризис ускоряет.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2009. – № 3 (колонка редактора).

САЙТЫ РАСШИРЯЮТ ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО

Сайты в условиях конвергенции становятся опорными центрами как информационной, так и аналитической деятельности СМИ, они превращаются в порталы, выходящие далеко за рамки дублирования традиционных СМИ, важнейшую часть цифрового информационного пространства, которое по мере роста аудитории Интернета в России начинает занимать ключевые позиции в информационном обслуживании наиболее активных секторов аудитории. Создается новая информационная среда, которая охватывает как онлайн-источники информации, так и традиционные — газеты, радиовещание, телевидение.

Сайты и порталы обогащают по-своему все СМИ — и радио, и газеты, и телевидение. Все они приобретают дополнительные достоинства, не теряя своих традиционных качеств, и сегодня все это усиливает их действенность и расширяет аудиторию.

Благодаря сайтам СМИ становятся многоцелевыми и более оперативными. Конвергенция привела к тому, что газеты существуют в бумажном виде и в цифре в Интернете. Бумажные версии газет остаются важнейшим источником информации многократного пользования.

Сайты позволяют оптимизировать и сокращать расходы затрат на бумагу и доставку газет. Интернет обеспечивает эффективное функционирование информационных служб СМИ. Интернет сегодня играет важную интегрирующую роль в российском информационном пространстве, расширяет свой диапазон и охват. Увеличивается оперативность и в то же время появляются возможности для более рентабельного и экономичного, а главное — более диалогичного и динамичного журнализма.

Сайт газеты

Сайт газеты делает ее издание круглосуточным. Если сегодня мы говорим об утренних и вечерних газетах, говорим о выпуске газеты в разное время, об учете интересов читателя, то в Интернете газета освещает и рассматривает события в течение всего дня.

Происходит расширение возможностей информационных газет. Круглосуточное по существу издание газеты позволяет непрерывно информировать читателя, имеющего доступ к электронной цифровой версии. Газеты, если вы смотрите их, скажем, утром, уже добавляют к тому, что было напечатано в подготовленном накануне номере, те материалы, которые появляются утром, днем, вечером, и на следующий день вы видите новый свежий номер газеты — результат круглосуточного сбора информации. В целом газета становится очень важным и оперативным инструментом, позволяющим следить за ходом и развитием событий, если у вас под руками Интернет или мобильный телефон с доступом к Интернету.

Газета с характером радио

Сайт позволяет газете добиться оперативности радио в информационной сфере. Газета приобретает достоинства радиовещания. Более того, на многих сайтах имеются специальные приложения, которые содержат устную речь: выступления, доклады политиков, беседы с читателями. Газета обогащается живой речью. Одновременно с этим, конечно же, газета получает возможность более экономно работать, поскольку благодаря постоянному потоку информации к моменту выпуска очередного газетного номера отсеиваются те материалы, которые утратили актуальность, а другие материалы объединяются и создают более содержательные версии того, что в разной форме проходило в более ранних выпусках. Можно сказать, что это превращает газету в очень оперативный орган информации, и здесь конвергенция обогащает и газету, и читателя газеты, а в то же время

в газете, конечно благодаря сайту, всегда присутствуют аналитические материалы. Они занимают должное место и на сайте, но при этом в сочетании с постоянно прибывающей на сайт информацией создается новый постоянно обогащающийся текст.

Радиогазета

Радиовещание сегодня также переживает влияние конвергенции. И по существу, сайт радиостанции – это не только подкастинг, но и своего рода печатная версия радиопередач. В данном случае этот сайт превращается в радиогазету, поскольку на сайте вы можете не только услышать, но и прочитать, а если вам что-то очень важное нужно из этой передачи, вы можете сделать распечатки. Таким образом, радио благодаря сайту приобретает достоинства газеты и, конечно, позволяет слушателям более внимательно и разносторонне знакомиться с содержанием поступающей в эфир информации. Можно сказать, что и газете, и радио сайты придают новые качества, усиливающие и информационную, и аналитическую составляющие. В этом можно убедиться, обратившись к сайту радиостанции «Эхо Москвы». Сайты пополняются постоянно, и вместе с тем они достаточно стабильны и становятся важными справочными и аналитическими источниками, которые позволяют глубже понять события и увидеть их в развитии. Словом, возникает новая информационная среда, которая включает в себя не только печатную, но и аудиовизуальную продукцию.

Новая информационная среда

Благодаря Интернету содержание к пользователю поступает очень быстро и, конечно же, расширяет возможности печати, радио и телевидения, при этом происходит известная экономия средств за счет отказа от тех повторений, которые были раньше. Здесь осуществляется также новый творческий процесс, создается новая информационная среда, а эту среду создают сайты,

которые превращаются в важные информационные центры, где можно не только получить оперативную информацию, но и увидеть динамику развития событий.

Газета и радио, не утрачивая своих качеств, приобретают новые возможности: газета становится оперативней, приобретая скорость и сиюминутность радио, а сайты радиостанций становятся более аналитичными. От этого выигрывают и читатель, и газеты, и радио. Они сокращают свои расходы, становятся более рентабельными, что очень важно для их развития, тем более в условиях кризиса, который охватил мир.

Больше доверия

Газеты и радио одновременно становятся и более точными, более приближенными к информационным возможностям, в частности благодаря наличию сайтов. Интерактивность сайтов в еще большей степени способствует росту доверия к ним со стороны читателей и слушателей. И в этом смысле, преодолевая кризис экономический, оперативностью и аналитичностью своих материалов сайты газет и радиостанций способствуют и повышению качества содержания СМИ, их достоверности, а достоверность обеспечивает уважение, повышает их эффективность.

Сайты международного вещания

Сайты международного вещания выполняют особую роль в преодолении языкового барьера. Сайт «Голоса России» действует на 37 языках, открывая зарубежным слушателям возможность не только слушать, но и читать тексты и при необходимости их распечатывать.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. — 2009. — № 4 (колонка редактора).

ЖУРНАЛИСТИКА И ВЫЗОВЫ XXI ВЕКА

СМИ в ходе мирового экономического кризиса столкнулись с большими трудностями не только экономического характера. Речь идет не только и не столько о сокращении количества читателей и тиражей газет, сколько об уменьшении уважения как к газетам, так и к другим средствам массовой информации, а к телевидению даже в большей степени. Может быть, меньше страдает от этого радио.

Традиционные СМИ испытывают давление новых технологий

Проблема потери тиражей и доходов объясняется сейчас довольно просто: современные новые информационно-коммуникационные технологии, оцифровка делают доступ к информации немедленным и вездесущим. Поэтому традиционные средства массовой информации утрачивают свое влияние. Они не могут угнаться за цифровыми технологиями и всегда отстают. Потому их меньше читают. Такова точка зрения технократов, с ней едва ли можно согласиться, и попробуем объяснить почему.

СМИ теряют не только аудиторию, но и доверие

Вторая точка зрения состоит в том, что газеты, телевидение, в меньшей степени радио и Интернет теряют доверие из-за того, что их информация быстра, легкодоступна, немедленно достигает вас одновременно с происходящими событиями, а уровень анализа падает. Заявления о том, что появились новые сведения, тревога по поводу новейшей новости, того, что называют по-английски *news alert* (новостная тревога), конечно, говорят о скорости доставки. Ну и почему же тогда меньше читают, мень-

ше употребляют информацию? Объясняется это тем, что старые методы устарели. Это и есть второй вызов — потеря интереса аудитории.

Первая проблема, связанная с утратой газетами своих позиций, отражается в цифрах тиражей, а также это распространяется и на аудитории телезрителей, радиослушателей. И здесь хотелось бы обратить внимание на два обстоятельства. Первое — это технический и технологический процесс, который может влиять и на содержание, и на отношение к нему. Если он ускоряет доставку информации, то почему ею пользуются все-таки меньше? Второе касается развития интереса к новостям в журналистике и ведет нас к другой проблеме — проблеме, заключающейся в том, зачем и почему читают газеты, почему слушают радио, смотрят телевидение? Ответ кажется простым: люди хотят быть информированными, они ищут информацию и хотят ее получать, но все чаще получают не то, что хотели бы получить. Эти две проблемы требуют обсуждения. Почему читатели не удовлетворены действующими газетами? Ведь не удовлетворены не те, кто не читает, а именно те, кто читает.

Утрата доверия аудитории

Если мы обратимся к свидетельству специалистов, то увидим главный момент — это утрата доверия газетами, телевидением и радио. И это очень серьезная проблема, поскольку доверие является важнейшим фактором взаимодействия аудитории — читателя, слушателя, зрителя — со средствами массовой информации. И здесь мы должны присмотреться к тому, какие были причины для утраты доверия.

Журналисты не предупредили о кризисе

И нас сразу заставляют подумать о том, почему средства массовой информации не предупредили нас о наступающем кризисе? В этом смысле газеты, телевидение, радио прошли

мимо той сложной ситуации, которая породила этот кризис. Здесь возникает прежде всего проблема оснований для того, чтобы читать газеты, и появляется первая причина. Это утрата доверия. Газеты, радио, телевидение, все СМИ приносят огромный объем информации. Эта информация, к сожалению, не содержит во многих случаях реального анализа ситуации, чрезмерное изобилие новостей губит понимание новостей. Появляется новая возможность дезинформации — путем увеличения объема информации до таких размеров, что становится трудно ориентироваться в ней. Это одна из причин, хотя и очень важная. Изобилие информации ведет к тому, что читатель, слушатель, зритель не видит главного и теряет канву развития событий.

За деревьями не увидели леса

Средства массовой информации, прежде всего газеты, утрачивают видение главного, не могут сделать серьезные выводы.

Именно так обстояло дело с мировым кризисом 2007–2008 гг. Кризис назревал. Об этом поговаривали. Но СМИ серьезно не изучили эту проблему и не предупредили общество о том, что ему грозит кризис. Причины кризиса были на этот раз более сложными, речь шла не столько об экономической статистике, сколько о том, что банки, которые являются главным нервным центром экономики, стали создавать иллюзию большого наплыва денег, капитала, которая на деле не основывалась на реальных фактах. Это привело к созданию так называемого финансового пузыря, который лопнул, когда реальные деньги оказались реально востребованными. Таким образом, этот кризис был вызван тем, что СМИ не смогли не столько увидеть эту опасность, сколько о ней предупредить. Они оказались беспомощны в своем анализе. А это привело к тому, что уважение и интерес к СМИ стали катастрофически падать, более того, их стали обвинять за это в близорукости, за то, что они не предупредили общество о приближении финансового коллапса.

Наступил кризис доверия

Доверие — это ключ к уважению. Как говорит замечательный хирург-кардиолог Лео Бакерия, для того чтобы предупредить опасность инфаркта, нужен врач, и главное — доверие к этому доктору, только тогда он сможет не только лечить, но и вылечить. А журналисты, которые выполняли роль своего рода врача, оказались беспомощными: они не смогли оправдать доверие читателей, зрителей, слушателей. И это стало главной причиной недовольства, неудовлетворенности и недоверия к средствам массовой информации. Это серьезнейший кризис современных СМИ. И вместе с тем — это кризис общества. Обществом фиксируется слишком много проявлений недобросовестности в информации. Потеряли доверие и обанкротились американские банки, теряют доверие руководители, правительства разных стран. Справедливо говорят о кризисе доверия. И для того чтобы этот кризис преодолеть, нужно вернуть доверие.

«Экономика веры и доверия»

В связи с этим большой интерес представляет статья Дэвида Брукса в газете «Нью-Йорк Таймс» от 15 января 2009 г. «Экономика веры и доверия». Американский журналист пишет о том, что экономика в обществе держится на доверии и вере, а рецессия — это ментальное событие. И каждая рецессия имеет свой уникальный дух. Рецессия была вызвана глубокими нарушениями балансов и ускорена каскадом фундаментальных опасностей. И в связи с этим он считает, что эта проблема не решена сегодня, хотя и говорит, что рецессия пошла на спад. «Рецессия, — утверждает он, — далека от этого. И можно накачивать сотни миллиардов в банки, но ненадежные банкиры все равно не будут давать деньги в долг. Вы можете добиться гигантских дефицитов, нанять строителей дорог и сократить уровень безработицы от 8% до 7%, но не чувствующие безопасность люди все равно не будут тратить и вкладывать деньги». Продолжая эту мысль, журналист «Нью-Йорк Таймс» заключает: «Экономическим духом

народа нельзя манипулировать таким примитивным способом... Сейчас политическое и экономическое доверие действует разнонаправленно. Политически мы переживаем время оптимизма, несмотря на триллион потраченный и триллион, который еще будет потрачен. Но экономический дух падает. Механические мыслители справа и слева базируют себя как строгие эмпирики. Но эмпиризм, построенный на неточном видении человеческой природы, – это просто тюрьма». Так журналист «Нью-Йорк Таймс» представляет проблему кризиса. И связывает ее решение с преодолением не только экономических факторов, но прежде всего недоверия общества к тем, кто ведет экономическую политику. Это важнейшая проблема сегодня.

Утрата доверия трудно преодолевается

Как говорят, единожды солгав, кто тебе поверит. И это в полной мере относится к экономическому кризису. Благостные разговоры о преодолении кризиса, которые звучат со страниц американских газет, не убеждают автора «Нью-Йорк Таймс». А это происходит потому, что уверения газет не опираются на доверие тех, кому они адресованы.

Газеты не сумели предупредить об опасности финансового пузыря, образовавшегося в результате бесконтрольной выдачи кредитов на ипотеку. Банки утратили доверие, вслед за ними и другие институты, а вместе с ними и пресса.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2009. – № 5 (колонка редактора).

ВСЁ НАЧИНАЕТСЯ С КОНТЕНТА

Сегодня часто говорят о «контенте» — содержании СМИ, не всегда осознавая, насколько этот модный термин на самом деле выражает суть современных изменений в области информационной индустрии и, главное, в сознании отправителей и получателей информации.

Проблемы содержания всегда были очень важны для журналистики, поскольку вся журналистика — это содержание, которое мы извлекаем из чтения газет, журналов, слушая радио, когда мы смотрим телевидение. Но есть и другой выход к контенту — через Интернет или мобильную связь. В этом случае контакт будет, в сущности, непосредственным, не отягощенным дополнительным комментарием.

Почему контент

В техническом смысле, когда мы говорим о контенте в зарубежных изданиях и в России, можно заметить много общего. Собственно, различий больших я сегодня не вижу. Хотя в самом *содержании содержания*, конечно, различия есть. И очень часто это следствие различия в традиции толкования объема понятия, противопоставления по крайней мере двух значений термина. Вообще категория контент вводится для того, чтобы не путать разные виды содержания. И в этом его огромное достоинство.

По-английски слово *content* имеет несколько омонимичных значений. И одно из важнейших не содержание, а удовлетворение (*I am content* — Я удовлетворен). Если попытаться установить связь между этими двумя значениями — содержанием и удовлетворением, то оказывается, что это не совсем омонимы, скорее дериваты одного смысла. Особенно если использовать аналогию с пищей и насыщением. Как и в случае с пищей, удовлетворенность контентом часто достигается не путем его высо-

кого качества, а, скажем, сокращением доступа к другой «еде» — к разнообразным СМИ. И тогда может показаться, что и суррогата достаточно. Хотя вы, конечно, не всегда можете быть этим удовлетворены.

С другой стороны, даже если оставить омоним за скобками, понятие «контент» переводится с английского весьма широко: и как содержание, и как объем, и как смысл. Как содержание и объем контент противопоставляется форме («контент сайта соотносится с дизайном как содержание с формой»¹). Как смысл контент, несомненно, сопоставляется с мемами² — элементарными единицами информации, определяющими поведение и мышление людей. Уже на этом уровне возникает столкновение, а вернее — мерцание двух значений: формально-объективного, доступного для количественного анализа (перечень наполнения сайта, статьи или передачи фактами, мнениями, картинками, мелодиями, документами и т. д.) и абсолютно субъективного, даже суггестивного, характеризующего способность контента определенным образом программировать, направлять мышление и поведение. Несмотря на внешнюю противоположность, оба значения, несомненно, взаимосвязаны как две стороны одного явления. Это хорошо видно при анализе формальной стороны развития контента.

Следует исходить из тех новых моментов, которые возникли в развитии контента и способны служить дорожной картой происходящего. Как можно убедиться, развитие это на каждом этапе весьма неоднозначно, как и само понятие контента, и за-

¹ Под контентом (от англ. *content* — содержание) в широком смысле понимают собственно наполнение сайта. Контент сайта соотносится с дизайном, как содержание с формой (Интернетско-русский разговорник <http://slovari.yandex.ru/dict/internet/article/265.htm>).

² По выражению Ричарда Докинза, автора понятия, «мем есть основная единица культурной трансмиссии (передачи)». В качестве примера исследователь приводил «мелодии, идеи, расхожие выражения, фасоны одежды, способы производства посуды или постройки куполов». Согласно этому определению, в одном сезоне женщины носят длинные юбки, а уже в следующем по неизвестным причинам принимают новый мем и носят короткие юбки. (Мем, мем-технологии. — URL: http://msk.treko.ru/show_dict_666).

частую мы видим, как многообразие контента в первом значении (количество картинок, фактов, мнений) маскирует однообразие или отсутствие контента во втором значении (смысл и ценности), как авторитетные прежде источники сохраняют аудиторию, только транслируя мнения частных лиц, никому не известных блогеров и т. д. Однако эта двойственность весьма однозначно указывает на законосообразность современных медиафеноменов и, что немаловажно, на искусственность широкой аудитории.

Как правило, контент рассматривается как содержание средств массовой информации и журналистики, т. е. объективно-формальная характеристика наполнения СМИ. В этом смысле контент существует на телевидении, на радио, в газетах, но прежде всего в Интернете. Любое содержание-наполнение можно получить через Интернет. Достаточно взять электронные адреса разных сайтов. Имея на флешке адреса 30-ти российских газет, 25-ти англоязычных изданий, радиостанций и телеканалов, можно, подключив ее, познакомиться с разными контентом. Это очевидно. И прежде всего бросается в глаза самое общее, как если бы на всех был один источник, из которого каждый брал столько, сколько смог зачерпнуть. Поначалу тут не видно больших различий. Но в том, как изготавливается контент, конечно, различия есть. И настолько большие, что возникает вопрос о самостоятельном, независимом от журналистики и вообще средств массовой информации существовании контента, парадоксальным образом напоминающем о диалектике абсолютной и относительной истины марксистской философии.

Французский след

Первыми, кто обратил внимание на то, что существует контент, отдельный от средств массовой информации, были французские переводчики, которые готовили обзорные сводки и текстовые заготовки по заказу газет и отдельных журналистов. В Париже ими были созданы специальные бюро переводов. Они продавали информацию. Затем на базе этих бюро переводов было

создано первое информационное агентство «Гаваз» (это фамилия основателя). Так контент начал существовать независимо от газет, средств массовой информации. Можно считать, что 40-е гг. XIX в. были годами рождения контента как самостоятельной части интеллектуального труда. Тогда появилась возможность редакциям и журналистам, а также политикам и аппарату пользоваться как полуфабрикатом специально изготовленным для массовой коммуникации контентом. С тех пор изготовление контента стало развиваться, и сегодня уже существует огромная промышленность по производству и переработке контента, которая включает в себя информационные агентства, а также, конечно, газеты, журналы, радио, разного рода информационные службы и т. д. — средства массовой информации, рекламы и *PR*.

Дуализм контента

Существенный шаг в развитии промышленности контента был связан с превращением СМИ в дуалистичные предприятия, существующие одновременно в двух сферах: в традиционной бумажной, голосовой, визуальной, аудиовизуальной и в то же время — в цифровой сфере в Интернете. И теперь вы можете получить содержание радиопередачи, телевизионной передачи, газеты в одном ряду в своем компьютере. Естественно, это определяет многообразие того содержания, которое сегодня предлагается каждому. Но одновременно развивается и промышленность контента со всеми прелестями стандартизации, монополизации и автоматизации, типичными для массового производства. Цифровая сфера Интернета, казалось бы, предоставляет полное и независимое наличие контента как такового, с которым можно вступить в непосредственный контакт. Но появились новые предприниматели и производства, которые не только участвуют в трансляции контента, но и влияют на его изготовление, а главное, пользование им. Речь идет не просто об Интернете, а о поисковых системах в Интернете.

Пользование Интернетом представляет особую ценность, потому что обеспечивает непосредственный контакт (прямую и об-

ратную связь) с контентом. Но в значительной степени это только кажется. Потому что мы получаем через Интернет только то, что мы можем найти через поиск. А поиск осуществляется с помощью поисковых систем, которые определенным образом настраиваются. Именно поисковые системы, их конструкция и их владельцы сегодня — предмет особого интереса, так как они являются ключевыми элементами в развитии индустрии содержания.

Глобальные поисковые машины

Этих поисковых систем не так много. Но они практически регулируют движение контента в Интернете, несмотря на все многообразие сайтов, блогов и социальных сетей. Есть крупнейшая поисковая система *Google*, которая создана людьми, вышедшими из России. Действует она в основном на зарубежную аудиторию. Но и в России она очень популярна. Она практически близка к монополизации этого рынка и пыталась сделать это, приобретая другие поисковые системы. Затем есть *Yahoo*, принадлежащая американцам. Эти две системы на мировом рынке господствуют. У нас имеется своя поисковая система *Yandex*, которая монополизировала русский рынок содержания. Но слабое ее место, в отличие от *Google* и *Yahoo*, заключается в том, что эта система базируется исключительно на российских материалах. И потому поиск материалов, связанных с событиями в других странах, несколько затруднен. Тем не менее появление новых игроков здесь очень важно именно в плане преодоления монополизма, потому что в Интернете, где так много сайтов, блогов и социальных сетей, всякое доминирование и управление в предельном значении ведет к деградации цифровой сферы до уровня журналистики (периодической печати) тоталитарных времен.

Газета без журналистов?

Глобальные поисковые машины при всех возможных рисках оживляют Интернет и помогают нам им пользоваться. Кроме

того, существуют поисковые машины более специального назначения, которые могут по нашему желанию отобрать на базе глобальных поисковых машин то содержание, которое нам нужно. И при современных возможностях электроники возникла ситуация, когда содержание по указанию заказчика может составить сама машина. Называется эта процедура «простое синдицирование» (*RSS*)³. Таким образом, появляется возможность создавать газету без журналистов.

Это, конечно, спорно. Впервые заговорили об идее газеты без журналистов в 1968-м г. на семинаре в Праге. Тогда все отвергли эту идею как неосуществимую, неправильную и ненужную. Сегодня поисковые машины реально могут создать тот набор материалов, тот вид контента, который будет представлять интерес для заказчика. И, как уверяют многие исследователи и практики Интернета, там остается только 5% того, что должен делать журналист лично. Он, в частности, должен оценить актуальность этой информации.

Так или иначе, влияние новых технологий на пользование контентом очень велико. Но мы не всегда можем это заметить. Нам кажется, что Интернет — это хаос, в котором смешано все. Но в этом многообразии и хаосе есть управление. И это те самые поисковые системы. В сущности, можно говорить о новом этапе в развитии индустрии контента, поскольку доступ к Интернету, к поисковым системам позволяет автоматически получать содержание стандартного качества, которое способно заполнить номер газеты, радиопередачу, выпуск телепрограммы и т. п. Более того, сегодня ни одно средство массовой информации не может обойтись без обращения к Интернету и к структуре этих самых монопольных систем, которые ищут в Интернете информацию

³ *RSS* — *Really Simple Syndication*, что в буквальном переводе на русский звучит как Действительно Простое Синдицирование, или Простое Приобретение Информации, от англ. *syndicate* — 1) агентство печати, приобретающее информацию, статьи и т. п. и продающее их различным газетам для одновременной публикации (сущ.), 2) приобретать информацию и пр. (гл.) (http://spectator.ru/technology/web-building/RSS_for_dummies).

и сами классифицируют ее и распределяют. Это существенное дополнение к традиционным игрокам на рынке контента: газетам, радио- и телекомпаниям, специализированным агентствам, которые тоже продолжают действовать. Разнообразие выбора нарастает. Естественно, при выборе решения важную роль играют редакции и журналисты. Но повестку дня здесь, в самом поиске контента, в значительной степени определяют глобальные поисковые системы. И то, что они в большинстве находятся в руках американцев, – серьезное обстоятельство с точки зрения информационной независимости.

Индивидуальные СМИ

В то же время нужно сказать, что именно наличие возможностей выпуска газеты с помощью поисковых машин создает благоприятную ситуацию для создания индивидуальных СМИ, т. е. индивидуального содержания и индивидуального доступа к содержанию. Прежде всего, теперь активную роль на рынке информации играют блоги, которых миллионы. Конечно, не каждый блог играет значимую роль. Но есть такие, которые являются самостоятельными и весьма важными источниками информации. Во многих странах они получили признание, на них ссылаются в газетах. Более того, ежедневно печатаются обзоры этих блогов. По радио, по телевидению также сообщают о том, что написано в блогах. Они интересны тем, что выражают личное мнение журналистов или обычных граждан и позволяют представить более широко и детально картину мира и жизни людей. Сегодня они, может быть, одни из важнейших элементов индустрии содержания. Кроме того, имеются сайты в Сети, которые специализируются на конкретных проблемах. Речь идет не о сайтах редакций, а о сайтах различных центров, содержащих специальную информацию.

В свою очередь, появление в сайтах цифровых версий СМИ существенно обогатило то содержание, которое имеется в Интернете, и, конечно, позволило расширить возможности независимого журналиста. Здесь независимый журналист может

ощутить, что он действительно независим. Но не следует забывать, что вместе с интернет-версиями газет в цифровое пространство приходят профессиональная пропаганда, манипулятивная публицистика, ухищрения политтехнологов и т. п. И не исключено, что со временем придется говорить о загрязнении Интернета и экологии контента. Поэтому все более важным фактором развития журналистики и, больше, гражданского общества как такового становятся отношения между контентом и аудиторией.

Дело в том, что на основе новейших информационных технологий между контентом и аудиторией могут сложиться и уже реально складываются двунаправленные отношения. С одной стороны, участие гражданского общества в интернет-коммуникации позволяет ему воздействовать на средства массовой информации через бесчисленные блоги, сети и сайты. С другой, и это самое главное, — появляется возможность доступа к контенту без посредников, осуществляющих контроль за доступом к разнообразию контента, каковыми являются газеты, радиостанции, телевидение, в том числе и их электронные версии. Имея доступ к Интернету, подбирая там информацию, каждый теперь может преодолеть манипулятивные помехи.

Сегодня, может быть, впервые в истории человечества появляется потенциальная возможность пользоваться всем разнообразием контента без посредников. Это в известной степени ограничивает свободу институционального влияния прессы. Но зато резко расширяет свободу личности, возводя в степень реальную свободу слова. Парадоксальным образом теперь можно пользоваться даже массовой информацией без самих средств массовой информации. Больше того, можно создать свою поисковую машину и иметь свое индивидуальное средство массовой информации. К такой индивидуализации пользования контентом, развития контента и ретрансляции контента журналистике еще нужно привыкать и приспосабливаться. Но только так журналистика может стать по-настоящему современной. Так же, как общество станет по-настоящему информационным, только если пользование, развитие и ретрансляция контента перейдут в разряд личностных проблем.

Конечно, массовая аудитория велика. Не всем нужна четко очерченная повестка дня с точки зрения поиска информации.

Может, значительно больше таких, кому вполне достаточно развлекательных программ телевидения или всего одного радиовыпуска «Последних известий» в сутки. Многие считают для себя неприемлемым расширение контента за пределы сословного, идеологического или религиозного тезауруса. И немало таких, кому важно только то, что происходит в их ближайшем окружении.

Вообще, для оперативного пользования человеку, не участвующему в тех или иных специальных акциях, действиях или программах, индивидуальная информация может быть и не так уж нужна. Но развернувшийся процесс глобализации резко меняет дело. Постоянно происходит масса таких событий, акций, начинаний и пертурбаций, в которых надо участвовать с пониманием и активностью, если хочешь быть на коне, а не попасть как кур в ошип. В современном мире развитие в любом аспекте начинается с глобализации контента. Но избежать глобальных ловушек можно, только лично отбирая для использования индивидуальную информацию. Поэтому невозможно переоценить значение достижимого на сегодня уровня фрагментации контента, который позволяет осуществлять индивидуальную подписку на индивидуальное пользование содержанием.

Индивидуализация информации-контента

Людей, которым нужна индивидуализированная информация, которые с ней постоянно работают, умело ее проверяют и уверенно ретранслируют, становится все больше. Так возникает совершенно новая научная проблема – общение индивида один на один с интересующей его информацией. Действительно, сегодня ученый, исследователь, дизайнер, да просто увлеченный чем-то человек, может создать собственную систему поиска информации. Он может стать вполне независимым от СМИ. Достижимая для каждого индивидуализация информации и прежде всего развитие цифровой информационной структуры в Интернете и мобильной телефонии существенным образом меняет пользование контентом. Так что некоторые теоре-

тики уже утверждают, что старый принцип репортажа — «Здесь и сейчас» — не действует. Теперь журналистика стала вездесущей благодаря мобильному телефону, компьютеру, Интернету, и действует иной принцип репортажа: «Где угодно и когда угодно». Преодолено и время, и пространство. Если у вас есть мобильный телефон, вы информацию получите немедленно, в том месте, где находитесь, и в тот момент, когда нужно вам. Ситуация социально не безопасная. Можно ожидать, что это путь к распаду общественного пользования контентом. Но так или иначе индивидуализация необходима для того, чтобы общество знаний могло в полной мере обеспечить себя новыми знаниями благодаря индивидуальным программам тех людей, которые без этого не смогут продуцировать новое содержание и ретранслировать его в сети. В этом суть фрагментации и индивидуализации контента, которую несет с собой мобильная журналистика в информационном обществе, где каждый может почувствовать себя всезнающим и вездесущим.

Как видно, развитие индустриальной стороны производства и доступа к контенту, не говоря уже о более тонких моментах внутренней, смысловой стороны новейших информационных технологий, приводит к существенным изменениям в психологии человека, включенного в массовую коммуникацию, в поведении аудитории и принципах журнализма. Это станет очевидным, когда в связи с развитием Интернет и новейших информационных технологий изменится характер доступа к контенту не только у нас, но и у наших руководителей.

(Автор благодарен профессору Е. И. Пронину за помощь в подготовке статьи к печати. — Я.З.)

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. — 2009. — № 6 (колонка редактора).

МОБИЛЬНОЕ ОБЩЕСТВО И ОБЩЕСТВО ЗНАНИЙ

Позвольте мне открыть наш круглый стол «Перспективы развития мобильного общества в России». Тема это для нас новая, но она связана с темой, которая давно разрабатывается у нас на факультете, — темой информационного общества. Эта тема возникла в связи с концепцией постиндустриального общества. Многие специалисты, говоря о постиндустриальном обществе, выдвигали различные концепции развития и информационного общества. На современном этапе информационное общество сменило постиндустриальное. Оно тоже развивается, и в конце концов мы придем к обществу знаний. Это следующий этап.

Мне представляется, что для индустриального общества характерно было развитие массовой коммуникации. Появлялось телевидение, как новая форма массовой коммуникации. До 20-х годов прошлого века журналистику называли словом «пресса», а с появлением телевидения стал применяться термин «массовые коммуникации», учитывая то, что газету читает каждый отдельно, а телевидение — это зрелище для масс. И здесь, в развитии этой концепции массовой культуры, происходят любопытные моменты. С одной стороны, она сильно влияет на все стороны жизни, с другой стороны, она рассчитана на усредненную аудиторию. Новыми информационными технологиями принято считать, во-первых, телевидение, во вторых — радио, появившееся на рубеже XIX-XX веков, в третьих — телефон, появившийся в середине XIX века, телеграф, появившийся еще раньше.

Телефон, телеграф и радио были уже явно новыми информационными технологиями, с которых и началось развитие нового типа связи и в то же время нового типа общения между людьми. Появление телевидения было, в известном смысле, торжеством первого этапа развития информационной среды, которая изменила представление об обществе. Развитие телевидения совпа-

ло с развитием общества потребления, и поэтому телевидение сразу было включено в сферу воздействия на общество, прежде всего через рекламу, которая стала основным источником финансирования телевидения. Тем не менее этот этап развития показал возможности новых технологий и их способность воздействовать на развитие общества. Тогда, в первые послевоенные годы, в Японии и в Америке появились первые теоретики постиндустриального общества, которые связывали появление этого общества с изменением определенных его параметров, переходом от развития традиционных технологий, в первую очередь инженерного дела, к появлению новых информационных технологий.

Постиндустриальное общество нужно рассматривать как общество, которое базируется, прежде всего, на новых информационных технологиях. Тогда появляются информационно-коммуникационные технологии – ИКТ, и это дало основу для рассуждений о новом, информационном обществе. При этом речь шла не только о том, что важную роль в жизни общества играет информация, но прежде всего о том, что информация становится важной частью всего развития общества и многие проблемы, возникающие в обществе, решаются с помощью информационных структур, которые оказывают на него влияние. Возникновение массового общества, понятие о массовой культуре тесно связано и с понятием информационного общества, возникновение которого наблюдалось уже в конце 40-х – начале 50-х гг. XX в. Однако как концепция информационное общество получило свое название значительно позже, и связано это было с новым шагом в развитии технологий, прежде всего с созданием ЭВМ, которые позволили расширить представление об информации.

Многие теоретики информации выступали под лозунгом развития информационно-коммуникационных технологий. Известный скачок был сделан после того, как в США Билл Клинтон и Эл Гор приняли решение о рассекречивании американской компьютерной сети, ставшей основой Интернета. Тогда же была выдвинута концепция информационных супермагистралей. Американцы построили на Восточном

и Западном побережьях суперкомпьютеры, которые позволили перекачивать информацию, добытую с помощью электронно-вычислительных машин. Тогда же появились первые названия. Гор говорил об информационном веке, а в Европе была принята концепция информационного общества. И в ЕС была разработана специальная программа развития информационного общества, были указаны параметры, которые нужно было установить для того, чтобы информационное общество достигло широких слоев населения. И были введены некоторые показатели: количество телефонов, количество телеграфных линий, количество радиоприемников, телевизоров, потом — проигрывателей, потом — новых средств воспроизведения фильмов. И эти параметры указывали, какое количество техники должно было быть на 1000 человек, чтобы общество стало информационным. Концепция информационного общества была принята как важная цель развития Европейского союза. Поэтому, говоря об американском и европейском вкладе, мы должны помнить, что эти две структуры играли важную роль в развитии концепции информационного общества и в развитии новых подходов к современной электронной связи.

Сначала были созданы сети между учеными, для межуниверситетских контактов, а затем была создана на базе военных разработок сеть Интернет, которая получила свои законные права как раз после рассекречивания. В этом заслуга США очень велика, и даже один из руководителей ЮНЕСКО на встрече на высшем уровне по информационному обществу, которая проходила в Тунисе, благодарил Соединенные Штаты за то, что они поддерживают и развивают Интернет.

Тогда же появились и теоретики Интернета и информационного общества. Среди них я бы выделил Мануэля Кастельса, каталонского специалиста, который живет в Барселоне, но работает и в США. Он издал трехтомник, посвященный информационному обществу, которое он рассматривает так же, как общество сетевое. Эта концепция была очень важна и для развития Интернета, и для внедрения его в разные сферы. Тогда же, наряду с Интернетом, появились новые способы применения разных электронных средств для разных сфер деятельности.

Появились понятия «интернет-работа», «интернет-медицина», «интернет-обучение», и все эти аспекты работали очень активно. Нужно сказать, что Кастельс особенно подчеркивал роль так называемых наукоградов. Интересно то, что он при этом ссылаясь в основном на наши наукограды, которые он знал. Он был в Новосибирске, и город произвел на него очень сильное впечатление. Сейчас концепция наукоградов реализуется в России в большей степени на примере Силиконовой Долины в Соединенных Штатах, а у Кастельса идея наукоградов была задействована, в основном, из российского опыта.

Весь спектр появившихся интернет-услуг позволял расширить роль Интернета в развитии общества, и это был первый шаг и в осмыслении информационного общества, и в его развитии. Интернет создал огромные возможности для хранения, обработки и переработки информации. Если телевидение только доставляло визуальную информацию, то Интернет стал важным хранилищем информации, изменив представление о ней. Затем развитие новых технологий было больше связано с развитием телефонии. В России ролью телефонов в жизни общества занимались мало. И когда в ЮНЕСКО была создана комиссия по коммуникациям, страны разделили по критерию доступа к телефонии. Россия была на одном из последних мест по насыщенности телефонами. И, возможно, продолжала бы там оставаться, если бы не было мобильных телефонов. Должен сказать, что в странах ЕС довольно рано стали изучать роль телефонов в развитии общества.

Дальнейшее развитие информационного общества было связано с появлением мобильного телефона. Мобильный телефон, который вошел в нашу жизнь в 1980-е годы, в 1990-е годы стал важным элементом информационного пространства. Появились новые применения мобильного телефона. Мобильный телефон был связан с развитием доступа к Интернету. В Соединенных Штатах доступ к Интернету был наземным, с помощью проводных систем, а в других странах, в том числе и в России, разрабатывалась беспроводная система Интернета. У США огромные достижения в развитии структуры проводного Интернета, полная телефонизация всей страны, и, может быть, в связи с этим

мобильный телефон в Америке развивался медленнее. Еще медленнее развивалась та часть мобильной телефонии, которая была связана с передачей текстовых сообщений. Именно развитие *SMS*-коммуникаций стало следующим важнейшим этапом передачи информации на расстояние. Ранее такая передача осуществлялась непосредственно через Интернет, но с появлением мобильного телефона, который действовал на основе беспроводного доступа к источникам информации, появилась новая концепция и новая возможность получения информации через *SMS*. И количество *SMS* очень быстро достигло миллиардных цифр, произвело переворот в развитии телефонии и позволило начать разговор о развитии мобильного общества.

Оказалось, что беспроводной мобильный телефон сделал гигантские шаги в странах, где стационарные телефоны почти отсутствовали. В России, конечно, телефоны были, но количество мобильных телефонов превысило количество населения. Потом такой же процесс прошел в Китае и сегодня в Индии: пять лет назад там почти не было мобильных телефонов, сейчас почти половина населения обладает ими. Мобильный телефон открыл новые возможности для обмена информацией, для хранения информации и для ее обработки. В связи с этим разрабатываются новые теории мобильности, прежде всего в странах с высокоразвитыми технологиями. Это Япония и Южная Корея, где имеется доступ значительной части населения к высокоскоростному Интернету и где мобильный Интернет тоже включен в этот процесс. В Японии создан Институт мобильного общества, который действует достаточно активно. Тот же Кастельс провел исследование влияния мобильного телефона на общество, такое же исследование проводили кафедры ЮНЕСКО. И в результате на втором совещании на высшем уровне по информационному обществу было продемонстрировано, насколько сильно воздействует развитие мобильного телефона на рост экономики развивающихся стран, прежде всего Латинской Америки и Африки.

Мобильные телефоны распространились с такой скоростью, с какой не распространялось ни одно техническое устройство. И сегодня в мире это самый многочисленный способ доступа к информации и коммуникации. Сейчас в мире более пяти

миллиардов мобильных телефонов; это означает, что свыше половины человечества имеет доступ к ним. Конечно, можно по-прежнему говорить о цифровом расколе, но все-таки это уже не так очевидно, как было раньше. Словом, это огромный двигатель прогресса и доступа к знаниям, и я думаю, что нам интересно это обсудить.

Я связываю развитие общества знаний с несколькими важными моментами. Это то, что в обществе происходит движение от массовой коммуникации к индивидуализированной и медиатизированной коммуникации, потому что телефон – это медиатизированная система, и с этой точки зрения она основана на технике, на качестве распространения сигнала и текстов. Но в то же время это система для индивидуального пользования: телефон по своей природе рассчитан на двустороннюю связь, и это уже меняет дело. Это очень важный момент, потому что он позволяет перейти к новому этапу развития информационного общества. В связи с этим то сетевое общество, о котором говорил Кастельс, теперь становится мобильным сетевым обществом, где в отдельных секторах каждой сети действует возможность двусторонней и индивидуальной коммуникации. Это соответствует потребностям общества знаний, потому что индивидуальный доступ к информации нужен прежде всего тем, кто работает с большими объемами основательной серьезной информации. В исследовании, которое было проведено под руководством Кастельса в Азиатском и Тихоокеанском регионе, показано, что развитие мобильного информационного общества связано с новым уровнем использования информации и новым уровнем ее обработки. Это и есть индивидуализация информации.

Уже давно говорят о том, что происходит эрозия массовой информации. Меньше смотрят телевидение и в большей степени используют двустороннюю и индивидуальную связь. В этом смысле мобильный телефон в большей степени позволяет использовать эту возможность для развития разных научных направлений, использующихся в небольших сетях.

Мобильные телефоны используются в здравоохранении, в работе, и все, что относилось раньше к Интернету, сегодня отнесится и к мобильному телефону. Здесь нужно добавить одну

важную особенность: мобильное общество имеет постоянный доступ к двусторонней, обратной связи. Это очень важно для эффективной коммуникации.

Сегодня мы хотели бы обсудить некоторые вопросы и проблемы развития мобильного общества. В нем используются различные приспособления, оно активно воздействует на сознание, на действия людей – всем известны истории с флэш-мобами. Во всяком случае, мобильный телефон, будучи индивидуализированным средством коммуникации, здесь оказывается также эффективным. И нам представляется важным здесь обсудить вопросы использования мобильных телефонов для решения важных и серьезных задач, волнующих общество.

Как на полигон, где испытываются возможности мобильного общества, мы можем посмотреть на Японию и Южную Корею, где эта мобильность дает хорошие и серьезные результаты. К сожалению, наши мобильные компании больше проявляют интерес к коммерческой стороне, но мне кажется, что есть и теоретические, и практические проблемы, которые нам хотелось бы обсудить. Они намечены в коллективном труде «К мобильному обществу: утопии и реальность», в котором собраны материалы, касающиеся этой проблемы, почерпнутые из разных источников.

Материалы Круглого стола «Перспективы развития мобильного общества в России», 15 декабря 2009 г.

2010 год

Газета приучает к системному видению мира и создает в сознании людей последовательные, продуманные и достоверные представления о жизни и о ее развитии. Это чрезвычайно важный фактор, который делает газету незаменимым элементом культуры и памяти человечества.

ПЕТРОВСКИЕ «ВЕДОМОСТИ» – ПОВЕСТКА ДНЯ НА ВЕКА

2 января 1703 г. вышел первый номер первой русской печатной газеты «Ведомости». Газетой руководил Петр Великий, он набрал штат из числа людей, знающих европейские языки. Они переводили тексты из европейских газет, и потом тексты редактировались под наблюдением Петра I.

Первый номер «Ведомостей», который нам доступен, датируется 2 января 1703 г. Статья в этом первом номере излагает основы политики Петра I. Это своего рода отчет о состоянии дел в России, но по сути это повестка дня России на века.

Оборона и вооружение

Обратим внимание на главные аспекты. Первое, с чего начинается статья, – это вооружение, которое должно помочь России защищать свою территорию. «На Москве, – пишет газета, – вновь ныне пушек медных, гаубиц и мортиров вылито 400. Те пушки ядром по 24, по 18 и по 13 фунтов. Гаубицам бомбы пудовые и полупудовые. Мортирам бомбы 9-ти, 3-х и 2-х пудовые и меньше». И продолжает автор статьи: «А меди ныне на пушечном дворе, которая приготовлена к новому литью, больше сорока тысяч пудов лежит». Таким образом, определив материальные возможности создания российского вооружения, газета выделяет один из главных приоритетов России – защиту территории государства.

Образование и просвещение

Пушками заботы о развитии страны не ограничиваются: следующий пункт программы – образование. «Повелением Его

Величества московские школы умножаются и 45 человек слушают философию, и уже диалектику окончили». Таким образом, газета «Ведомости» предлагает развивать образование и гордится тем, что в московских школах учат философии и диалектике. Газета, размышляя о боеспособности России, в то же самое время самым серьезным образом озабочена развитием образованности российских граждан — философия и диалектика в числе первых потребностей.

Забота о математической подготовке

За этим следует новая забота — математика. Речь идет о подготовке штурманов: «В математической школе больше трехсот учатся и добре науку приемлют». Здесь автор «Ведомостей» прежде всего рассматривает эту школу для подготовки специалистов для морского флота как фактор образования, обучения, знакомства с наукой. И в этом снова проявляется государственная дальновидность газеты.

Демографический фактор

Продолжая тему развития российского государства, газета переходит к проблеме народонаселения, к демографии: «На Москве ноября 24 числа по 24 декабря родилось мужеска и женска полу 386 человек».

Таковы приоритеты петровских «Ведомостей»: оборона, обучение, просвещение, изучение науки, подготовка разносторонне грамотных кадров, знающих математику, природные ресурсы, и, наконец, забота об увеличении народонаселения.

Внешнеполитические заботы

Внешняя политика занимает значительное место в перечне приоритетов Российского государства. Газета детально

очерчивает приграничные интересы России, переходя затем к изложению проблем своей внешней политики, действующей на обширном периметре российских границ – от Индии, Персии, Китая и до Швеции. Это прежде всего отношения с соседями.

«Ведомости» начинают с Индии, хотя информация, которая приводится в газете, опирается на сведения из Персии: «Из Персии пишут: “Индийский царь послал в дар Великому Государю нашему слона и иных вещей немало. Из града Шемахи опущен он в Астрахань сухим путем”».

От темы внешней политики – мирных отношений с соседями – газета переходит к проблеме развития российской территории: «Из Казани пишут: “На реке Соко нашли много нефти и медной руды. Из той руды меди выплавлено изрядно, от чего чают немалую быть прибыль Московскому государству”». И здесь обнаруживается стратегический смысл петровской внешней политики: первым из ресурсов, которыми обладает Россия, названа нефть, уже триста с лишним лет играющая важнейшую роль в жизни Российского государства.

«Ведомости» достаточно точно обозначили повестку дня для России на три с лишним столетия – на XVIII, XIX, XX и начало XXI в. Она и сейчас действует в России.

Наконец, Россию рассматривают очень масштабно – ссылаются на Сибирь: «Из Сибири пишут: “В Китайском государстве езуитов вельми не стали любить за их лукавство. А иные из них и смертью казнены”». Вот, оказывается, что у петровских «Ведомостей» есть свой геополитический взгляд: Индия, Китай, Персия – и все это в статье, которую можно считать программой политического действия петровской России.

В конце статьи снова речь идет о развитии отношений с соседями: «Из Оланца пишут: “Города Оланца поп Иван Окулов, собрав охотников пеших с тысячу человек, ходил за рубеж в Свейскую границу и разбил свейские Ругозенскую, и Гиппонскую, и Сумерскую, и Керисурскую заставы...”». И дата: «На Москве, 1703, января 2-й день».

Газета смотрела широко на развитие России. Столица была еще в Москве, но, думая о России в целом, видели проблемы на

Севере России, на Юге, на Востоке – на всех направлениях от границ государства Российского.

Газета Петра сочетала информационную открытость с концептуальным анализом, и эта небольшая статья из первого номера петровских «Ведомостей» содержит своего рода отчет о положении дел в Российском государстве, который позволяет увидеть масштабы России и динамизм ее развития уже в начале эпохи Петра Великого на рубеже XVII и XVIII веков и повестку дня на следующие столетия.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2010. – № 1 (колонка редактора).

ЧЕТЫРЕ ВЕКА ГАЗЕТЫ. БУДЕТ ЛИ ПЯТЫЙ?

Этот вопрос активно обсуждается в журналистском сообществе в связи с развитием онлайн-версий газет.

Возникает проблема, во-первых, замены бумажных газет интернет-аналогами, и по этому поводу идет довольно острая дискуссия. И во-вторых, существует проблема выживания и развития газеты. Это не может нас не интересовать. Тревога и заинтересованность здесь в том, чтобы было обеспечено нормальное информирование общества. Конечно, можно считать, что общество сегодня информируется многими средствами. Это и радио, и телевидение, но могут ли они заменить газету? — эту проблему необходимо обсудить, опираясь на представления об истории и теории газеты.

Речь не идет о защите бумажной газеты. Дело, конечно, не в бумаге, а в той функции, которую выполняет газета. Это функция не только информирования, но и глубокого ознакомления аудитории с тем, что ее окружает. Эта функция позволяет газете как уже устоявшемуся и принятому в обществе инструменту культуры выполнять важнейшую задачу — держать общество в состоянии понимания того, что происходит сегодня в мире. Речь не идет о том, чтобы заниматься оперативной событийной информацией. Речь идет о том, что газета — это больше, чем ежедневные сегодняшние новости.

Газета — это, по сути, социальный и культурный институт, который помогает создать представление о сегодняшнем мире и о тенденциях его развития. Газета не только не умирает, она следит за здоровьем общества.

Мы часто слышим разговоры о том, что газета живет один день. Это не так. Возьмем нашу первую российскую газету — петровские «Ведомости». Если ее сегодня прочитать, то можно убедиться в том, что она жила не один день. Я имею в виду ее первый номер, который был посвящен тому, что, с точки зрения этой газеты, было для России очень важным. Что же это?

Образование, развитие промышленности, добыча нефти, защита границ.

Наши американские коллеги — исследователи журналистики — тоже обращают внимание на то, что газета — это не только событийная информация, но и способность включить человека в сегодняшний мир, создать представление о мире. Они пишут в «Нью-Йорк Таймс»: «Самый важный элемент в журналистике — это не тот эпизод, который случился сегодня, это новое понимание, которое требует месяцев изучения, исследования». И в этом заключается важный смысл, потому что тот, кто сообщает новости в газете, видит их в определенном контексте, и, кроме того, этот человек постоянно в течение всей своей работы в газете изучает то, что происходит в мире.

Газета — источник постоянного мониторинга и ежедневного анализа общества

Особенно важны качественные газеты, задающие тон в исследовании общества, в них собраны специалисты, которые проводят наблюдения за происходящим в мире и обладают в результате этого очень высокой квалификацией, что и обеспечивает качество информации, необходимой для понимания современного мира. В этом смысле можно сказать, что газета не умирает постольку, поскольку человечество должно развиваться и знать, что происходит в мире. Роль газеты чрезвычайно велика как культурного института, который воспитывает понимание разных проблем; института социального, который помогает понять, что происходит в мире; института литературного, так как газета обладает кадрами журналистов и литераторов, которые могут создавать значительные литературные ценности. Это важный элемент современной жизни.

На протяжении своего четырехсотлетнего существования газета прошла достаточно сложный путь. Начинаясь она как еженедельник. Событие, произошедшее в 1609 г., — появление первых газет в Германии — было только началом того, что за эти

четыре века стало важнейшим институтом, который соединил информационную функцию с другими — прежде всего с экономической и рекламной. Этот институт родился в результате развития потребностей общества.

Первые газеты были созданы в Германии банкирами Фуггерами, чтобы информировать о развитии финансовой ситуации, экономики, во Франции — королем Людовиком XIII в целях консолидации его власти в стране и противодействия заговорам Фронды. И в дальнейшем новые инициативы по развитию газет были связаны с решением государственных и общественных проблем и мониторингом важнейших событий, постепенно, но тем не менее постоянно расширялся круг ее интересов и круг ее воздействия на аудиторию.

Сегодня важно обсудить проблемы газеты как института и соответственно продумать, какое будущее ждет газету, поскольку наличие электронной версии еще более усиливает ее воздействие, если газета остается газетой, текстом, который готовят опытные специалисты, имеющие высокий уровень знаний и представлений о том, что происходит в мире. При этом газета на относительно небольшой площади, хотя она выходила и на одной полосе, и на четырех полосах, а сегодня выходит и на 160-ти полосах, содержит основные знания и представления о том мире, который окружает человека. Посмотрев на первую полосу традиционной бумажной версии газеты, отпечатанной в типографии или воспроизведенной в Интернете, мы можем узнать многое о том, что произошло сегодня, и даже о том, что произойдет завтра.

Газета приучает к системному видению мира и создает в сознании людей последовательные, продуманные и достоверные представления о жизни и о ее развитии. Это чрезвычайно важный фактор, который делает газету незаменимым элементом культуры и памяти человечества.

Конечно, газета — это не только та бумага, на которой она напечатана, и когда пишут, что, возможно, бумажная газета и умрет, но останется электронная версия, которая будет выполнять ее функции, с этим можно согласиться, а можно и не соглашаться, потому что такой носитель, как бумага, оказывает-

ся более долговечным и прочным, чем быстротекущие строчки Интернета и *SMS* мобильных телефонов.

Главное достоинство газеты – это более высокий уровень анализа, осмысления событий, который мы получаем, широта и основательность охвата происходящих в мире событий, столь необходимая сегодняшнему человеку, гражданину XXI века.

В развитии газеты было много этапов. Это была и еженедельная газета, в XVII в., например, французская *La Gazette*, в которой были и новости, и комментарии, и даже реклама, которая задавала определенный стандарт оформления.

В XVIII в. появилась ежедневная газета, и от Франции мы переходим к Англии, где была создана типология и культура газеты – издавались газеты качественные, как созданная тогда *Times*, были газеты столичные, провинциальные, вечерние, воскресные.

XIX век создал возможности для большего плюрализма в развитии газет, в их специализации. Хотя в XVII и XVIII вв. газеты существовали, но не хватало потребителей, читателей. А в XIX в. эта проблема в значительной степени была решена, стало больше грамотных людей, газета стала повседневным продуктом, который пришел во многие дома во многих странах. В конце XIX в. газета была представлена во всех основных странах мира.

Можно сказать, что XIX век – это век расцвета газет, и газета становится важнейшим элементом международной коммуникации.

XX век придал новые возможности газете, во взаимодействии с радио, телевидением, Интернетом, но в целом центральным элементом этой системы информации остается газета как институт, который обладает высоким уровнем анализа, понимания и искусства общения с гражданами.

XXI век обогатил информационную сферу межличностным мультимедийным общением, которое может стать более осмысленным, взаимодействуя с другими носителями информации, но прежде всего опираясь на богатейшую интеллектуальную продукцию печати.

«Нью-Йорк Таймс» в защиту газеты

24 августа 2009 г. газета «Нью-Йорк Таймс» опубликовала статью «В защиту газеты». Автор статьи Гарольд Эванс, долгое время работавший главным редактором воскресной лондонской газеты «Санди Таймс», выступает в защиту серьезной аналитической журналистики. Статью сопровождает рисунок, на котором изображена рыба, завернутая в газету, а под ним — главный тезис автора: «Самый ценный элемент в журналистике — не тот эпизод, который произошел сегодня, а понимание, которое приносят месяцы расследования».

Основу статьи составляет рецензия Гарольда Эванса на книгу Алекса Джонса «Теория новости. Будущее новостей, которые питают демократию», изданную в 2009 г. издательством «Оксфорд Юниверсити Пресс».

Эванс солидаризируется с Джонсом в защите серьезной аналитической газетной информации. Подчеркивая важность журналистского расследования и исследования, отбора и анализа информации, рецензент соглашается с Джонсом в критике информационной политики телевидения и Интернета: по его мнению, она в основе своей вторична. Между тем для функционирования демократии центральную роль играет «железная сердцевина информации».

Джонс считает печатную газету жизненной силой «с бьющимся сердцем общины». Говоря о телевидении и Интернете, он полагает, что 85% основанных на фактах новостей в Сети и на телевидении происходят из газет. Он считает телевидение — сетевое, местное, кабельное — «вторичным медиа» и полагает, что сайты в Сети «не станут поддерживать зарубежные корпункты, штаты корреспондентов по науке и культуре».

Автора статьи в «Нью-Йорк Таймс» удручают советы посетившего газету футуролога, который посоветовал находившимся в газете деканам факультетов журналистики учить следующее поколение «писать статьи не длиннее пятидесяти слов». Он задает риторический вопрос: «Можем ли мы предположить, что останемся информированными, если новости будут ограничены размерами экрана мобильного телефона?».

Джонс возлагает надежды на то, что качественные газеты будут развивать параллельные с бумажными онлайн-издания. Главное — сохранить качественную журналистику, «спасти новости».

Век качественной газеты

В газету на пятом веку приходят новые люди, такие как Пол Кауфман — лауреат Нобелевской премии по экономике, ведущий пользующегося международным признанием блога «Совість либерала» на страницах «Нью-Йорк Таймс». В XXI веке в газету приходят эксперты высокого класса. Сохраняются и развиваются качественные газеты, а для массовой аудитории — бесплатные газеты. Газета живет!

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. — 2010. — № 2 (колонка редактора).

ДВАДЦАТЬ ЛЕТ СВОБОДЫ ПЕЧАТИ

Принятие Закона о средствах массовой информации 12 июня 1990 г. открыло новый этап развития российской журналистики и средств массовой информации. За последние двадцать лет произошло много важных событий: отменена цензура, принят Закон о средствах массовой информации, издательская деятельность перешла на рыночные условия. Все это создало новые условия и новые проблемы, с которыми журналистика справлялась по-разному.

Испытание свободой

Первое испытание принесла свобода печати: была выдвинута концепция перестройки и гласности, возможность писать открыто, свободно. Журналистика ощутила свободу и стала создавать совершенно новую картину нашей страны в сознании и представлениях других стран мира. Тогда этот взрыв свободы печати привел к тому, что советская журналистика приобрела в начале 1990-х гг. огромную популярность в мире. Перестройка, начатая М. С. Горбачевым, позволила создать СМИ, которые открытыми глазами смотрели на мир. Авторитет нашей журналистики резко вырос. Относиться к нашим журналистам в мире стали уважительно и даже в какой-то мере с завистью.

Но время шло, и появились новые испытания. И приходили они достаточно быстро. Первым испытанием стала свобода слова. Она оказалась тоже трудным делом. Наши журналисты не всегда справлялись с этим пьянящим воздухом свободы. И иногда это приводило вместо свободы к вседозволенности и, конечно, вызывало соответствующую негативную реакцию в обществе.

Проблема овладения искусством быть свободным, критичным и вместе с тем честным и не коммерциализирующим свое

творчество стала очень острой. После поражения путчистов в августе 1991 г. наша печать стала действительно на тот момент, наверное, самой свободной печатью в мире, и вместе с тем в ней появились переборы и то, что прежде всего называется нарушением этических норм.

Этика и коммерция

Мы столкнулись с испытанием, которое и сейчас остается для нас очень важным: борясь за читателя в конкуренции с другими СМИ, наши журналисты часто нарушали этические нормы. Это испытание – честной журналистики, этической журналистики, общественной морали – наша журналистика на первых порах не сумела выдержать. И сегодня эта проблема остается одной из самых сложных для нашей журналистики. Свобода превращается в каком-то смысле во вседозволенность. Это слабое место нашей журналистики и сегодня. Это касается не только коммерциализации, но и отношения к основным человеческим ценностям. Появилась профессия скандального репортера. Это само по себе красноречиво говорит о том, какие новые специальности появились. Конечно, это тяжелый вызов.

Трудности экономической свободы

Следующее испытание было связано также со свободой. Впервые в 1990-е годы наша журналистика избавилась от контроля государственного, от контроля партийного. И журналисты стали хозяевами газет и журналов. Эта свобода была эффективна и в коммерческом плане. Наши газеты тогда достигли гигантских тиражей, журнал «Новый мир» издавался в миллионных экземплярах. И вдруг этот рассвет журналистики остановился. И остановила его очень простая проблема: у журналистов, которые управляли средствами массовой информации, не было денег. Наша журналистика была лишена медийного капитала. И наши блестящие журналисты, которые завладели газетами,

вынуждены были искать новых хозяев, новых покровителей. Новые покровители нашлись, но возник новый барьер свободы — барьер олигархизации.

Олигархизация прессы

Пресса из свободной и отражающей интересы и проблемы населения, читателей, слушателей превратилась в инструмент тех самых олигархов, которые овладели самыми главными и самыми решающими позициями — финансовыми. Появилось два центра, два концерна, которые практически управляли нашими журналистами, — это испытание оказалось очень тяжелым.

Коммерциализация привела к серьезным этическим потерям, которые сказываются и сегодня. Преодолеть их очень трудно, и наша журналистика, прежде всего печать, от господства денег страдает очень серьезно. Здесь нужны не только рекламные ресурсы, но и усилия журналистского сообщества, направленные на то, чтобы вернуть читателей прежде всего к нашей прессе и человеческим ценностям. В годы этой коммерциализации наша печать растеряла значительную часть своих читателей.

Технократическая опасность

Появился новый фактор — технократический, когда были созданы новые технологии. Мы гордились, что у нас в газетах появилась богатая информация. Теперь выяснилось, что эта информационная сторона газеты может быть обслужена просто машинами — *RSS*. Это поисковые машины, которые по вашему указанию отберут те новости, которые вам нужны, и разместят их на полосе, и вы сможете ими торговать, предоставлять читателям. Это серьезный технологический вызов, и, конечно, этот вызов представляет серьезную опасность, и сегодня нам нужно развивать журналистику, в которой технология будет служить все-таки человеку, журналистике, как она всегда и служила, и собственно сейчас служит. Но вызов все-таки существует.

За журналистику с человеческим лицом

И в этих условиях очень важно сохранить творческий потенциал журналистов. Журналист в какой-то момент стал инженером информации, инженером, который конструирует определенный газетный или журнальный номер. Кажется, что все эти вызовы потребовали от нас много усилий для того, чтобы сохранить журналистику с человеческим лицом, которой нам так недостает, хотя и у нас есть прекрасные образцы такой журналистики. Конечно, журналистика развивается сложно во многих странах. И после начала перестройки у нас, после 1991 г., после крушения тоталитаризма и торжества рыночной экономики и свободы печати появились новые возможности. Но при этом сохранились и прежние трудности. Одна из главных состоит в том, что журналистика в ходе развития новых условий столкнулась с трудностями своей идентичности: что такое журналистика, для чего она существует.

Интернет в газете

Говорят, что газету губит Интернет. Сейчас все СМИ выходят в двух версиях — на бумаге и в цифре. Губит ли цифра журналистику? И вот здесь, конечно, возникает проблема традиционных СМИ и новых СМИ, а главное — это проблема журналистики, которая служит человеку, человеческой журналистики, которая жива. Какое-то время было трудно назвать интересных новых журналистов. Но сегодня мы видим, что за эти двадцать лет выросло новое поколение, которое обладает большими достоинствами и преимуществами. Может, что-то из традиций прежнего времени, традиций блестящих журналистов разных эпох — от Короленко до наших замечательных «известинских» публицистов — уже усвоено ими. Но как развивать эту журналистику, как она может сохраняться? И здесь выяснилось, что, когда говорят о гибели традиционных СМИ — газеты, журнала, прежде всего недооценивают многие важные моменты журналистики как особого социального института, прежде всего газету, газету, которая не только сообщает новости, не только развлекает и информирует,

способствует постоянному образованию, но прежде всего журналистику, которая позволяет сохранить целостность видения мира. Именно в этом смысле газета оказывается очень важным, может быть, ключевым звеном в журналистике сегодня. И неслучайно в мире начинается движение в защиту газеты, газеты аналитической, газеты, которая помогает понять, что происходит в мире и позволяет следить за этим. Газета осуществляет мониторинг того, что происходит в мире, позволяет видеть связь времен, об отсутствии которой всегда говорили те, кто боялся утраты человеком чувства времени. Газета является инструментом, который ежедневно вводит нас в курс того, что происходит в мире. И судьба газеты в этом смысле особенно важна.

В прошлом году исполнилось четыреста лет газете. Мы должны воздать должное той, которая выходила 400 лет назад. Но это была другая газета, не та, которая существует сегодня. И мне кажется, что, преодолевая все эти трудности — свободы, коммерции, технократизма, нужно вернуться к основам — человечности, гуманистическим основам нашей журналистики.

Новые таланты

В нашей журналистике появляются замечательные таланты, которые создают и дают возможность видеть мир в развитии, несут нашим читателям мониторинг того, что происходит в мире, достаточно достоверно, живо и ярко. Таких журналистов не так много, но они есть, их уважают читатели. Накануне событий, важных не столько для нашей страны, сколько для соседней очень близкой нам Украины, просмотр московских газет показал, что они живо и заинтересованно реагируют на развитие ситуации и что в них можно найти много интересного.

Новые мастера

«Московский комсомолец» — одна из лучших массовых газет у нас в стране. В Москве она имеет очень большой тираж,

много читателей. Обращают на себя внимание публикации журналистки Юлии Калининой. Одна из ее статей посвящена событию, которое, быть может, больше касается москвичей – событию, связанному со сносом домов в кооперативе «Речник». Подзаголовок у этой статьи «Притормозили с помощью “Речника”». Президент вовремя сделал жизнь в Москве несносной». Вы видите, как мастерски обыгрывается слово и как точно анализируется сложная ситуация.

Газета «Коммерсантъ» – пример, который касается, наверное, лучшей из немногих, к сожалению, качественных российских газет. Накануне выборов выступил, и надо сказать, что очень умело и остроумно, один из лучших наших журналистов Андрей Колесников, опубликовав там статью, которую озаглавил: «Виктор Янукович выюливает на победу. И он выюлил». Нужно просто отдать должное нашим журналистам: у нас есть большие мастера, и нам надо помогать им нашими исследованиями не только в области техники, но и в главной для журналистов области – в развитии искусства речи, языка. Если говорить о том, кто у нас занимается именно журналистикой, а не СМИ, то помимо собственно кафедр периодической печати, телевидения и радио, редакционно-издательского дела и информатики, важнейшим центром изучения журналистики становится и стала кафедра стилистики русского языка, где роль языка становится все более важной. Искусство речи должно быть основой в развитии нашего журналиста. Говоря о будущем нашей журналистики и журналистского образования, надо сохранить вот эту языковую основу, связанную с искусством слова – в конце концов в начале было Слово.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2010. – № 3 (колонка редактора).

БОЛЬШИЕ ВЫПЛАТЫ ДЛЯ МЕДИЙНЫХ НАЧАЛЬНИКОВ

Медийные компании борются за выживание, а их боссы пожинаяют доходы. Так озаглавила газета «Нью-Йорк Таймс» статью об итогах финансового года для медийной индустрии. Автор статьи начинает со следующего утверждения: «Медийная промышленность, может быть, переживает тяжелые времена, и ландшафт меняется день ото дня. Но один аспект бизнеса остается таким же, как всегда: большие выплаты идут тем людям, которые находятся наверху». Эта статья журналиста Джозефа Пламбека была опубликована в газете 4 мая 2010 г. Она посвящена итогам финансового года американской медийной промышленности.

Плоды реструктуризации

Автор констатирует, что после мер по ужесточению расходов по реструктуризации и в результате этих мер бонусы администраторов в 2009 г. продолжали расти и их многомиллионные зарплаты тоже. А в нескольких случаях выплаты выросли и по сравнению с предыдущим годом. Так, автор статьи пишет, что у Лесли Мунвеса, главного исполнительного директора корпорации телевизионной сети Си-би-эс, зарплата составила в 2009 г. почти 43 млн долл., что в 2 раза больше по сравнению с 2008 г. Не отстает от него и глава другой компании «Виаком» Филипп Дауман, который получил 34 млн, что на 22% больше, чем в 2008 г. Самнер Редстоун, который контролирует Си-би-эс и «Виаком», был вознагражден на 33 млн долл. обеими компаниями. Джеймс Ф. Рида, основатель компании, которая изучает финансовые проблемы корпораций, заявил: «Любой, кто читает разделы бизнеса в газетах, знает, что происходил процесс сокращения расходов корпораций. Так что выплаты огромных

зарплата не имеют никакого смысла». Тем не менее в «Комкасте», в другой компании, два самых высокооплачиваемых руководителя Брайан Робертс и Стивен Берт получили 25 млн один и 31 млн другой соответственно. Выплаты Робертсу были такими же, как и год назад. Стивен Берт получил больше на 12 млн долл. Основную часть этой суммы составляют бонусы, связанные с покупкой компанией студии «Юниверсал эн-би-си».

Для некоторых управляющих эти годы стали более чем доходными. Оказалось, что управление медийной компанией в 2009 г. более выгодно, чем управление большой финансовой компанией, где выплаты управляющим были сделаны после того, как правительство Соединенных Штатов выкупило их.

Несмотря на тяжелые времена во многих медийных компаниях и несмотря на неопределенность финансовой ситуации в цифровом будущем, инвесторов ничто не испугало в прошлом году. Акции Си-би-эс подпрыгнули на 74% в 2009 г., а «Виаком» увеличил их на 56%. Если говорить об управляющих медийными компаниями, большинство их компенсаций связано с деятельностью компаний. И базовая зарплата Даумана из «Виакома» не меняется, хотя экономическое положение страны и индустрии достаточно тяжелое.

Медийная промышленность укрепила свои финансовые позиции после тяжелого 2008 г., но для многих компаний это в основном означает сокращение расходов, включая расходы на рабочую силу. А уменьшение доходов остается обычным делом. Но во многих случаях растут доходы. Так, в компании «Виаком» прибыли уменьшились на 7% в 2009 г. по сравнению с предыдущим годом. Но доход компании вырос на 1,6 млрд – 29% по сравнению с повышением зарплаты г. Даумана на 22%. Си-би-эс вернулась к доходности 2009 г., заработав 227 млн, после огромного списания в 2008 г. Сейчас управляющие получают компенсации, которые не способствуют инвестициям. И они не инвестируют в свои компании. Акционеры сконцентрировались на перспективах развития компаний больше, чем на компенсациях зарплат управляющих.

Огромные выплаты управляющим в компаниях, которые являются публичными (и это значит, что они котируются на бир-

же), стали возможны снова. Базовые зарплаты и всякого рода бонусы растут.

Рост выплат управляющим пошел дальше крупных конгломератов и коснулся некоторых из крупнейших американских газет, и в том числе «Нью-Йорк Таймс».

Крупнейший издатель газет в стране Крейг, который возглавляет концерн, получил 4,4 млн долл. В 2009 г. — на 17% больше, чем в предыдущем.

В «Нью-Йорк Таймс», которой принадлежит «Интернэшнл геральд трибьюн», главный управляющий Робертсон получила 4,9 млн долл. в 2009 г., т. е. на 26% больше, чем в предыдущем году. А Артур Сульцбергер-младший, председатель Совета компании «Нью-Йорк Таймс», получил 4,8 млн — повышение на 17%. Аналогичная ситуация сложилась во многих других медийных компаниях.

Неудачник Руперт Мердок

В конце статьи журналист отмечает, что не все лидеры американского медийного пространства увеличили свои доходы, некоторые из них даже понесли существенные потери. Среди неудачников 2010 г. оказался Руперт Мердок, глава одной из крупнейших корпораций «Ньюс корпорейшн». Мердок уменьшил свои доходы, получив тем самым весьма крупную сумму — 18 млн долл., что означало уменьшение выплат сотрудникам на 40%. А глава кабельного канала принадлежащей Мердоку телевизионной компании «Фокс ньюс» уменьшил свои доходы на 14,6 млн — сокращение на 21%.

Как мы видим, разговоры о предстоящих трудностях в деятельности газет и телевидения не привели к их уходу с рынка. Больше того — их доходы увеличились. Конечно, эти доходы выросли за счет сокращения журналистов и технического персонала компаний, а владельцы и управляющие-менеджеры получили многомиллионные бонусы. И это, конечно, заставляет задуматься всех журналистов. С одной стороны, идет разговор о бесперспективности газет и телевидения, с другой стороны,

доходы в медийных компаниях достигаются за счет жесткого и жестокого сокращения штатов, а также расходов, которые сказываются на жизни журналистов и сотрудников редакций. Компании с трудом выживают, а руководители, управляющие-менеджеры купаются в многомиллионных доходах. Таковы законы американского бизнеса, законы достаточно жесткие и односторонне направленные на поддержку владельцев и управляющих структур крупного бизнеса.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. — 2010. — № 4 (колонка редактора).

ТРУДНЫЕ ИТОГИ КРИЗИСНОГО 2009 ГОДА

Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям обнародовало отраслевой доклад «Интернет в России. Состояние, тенденции и перспективы развития» (под общей редакцией Д. М. Чистова, К. Р. Казарьяна; авторский коллектив П. А. Лебедев, Л. Н. Паутина, В. М. Барабанов, А. С. Худолей, А. А. Макарова, А. Н. Сидоренко). Материалы доклада позволяют составить представление о современном состоянии не только Интернета, но и всей медийной отрасли в условиях кризиса: по данным этого исследования, в 2009 г. по сравнению с 2008 г. отрасль потеряла 27% доходов от рекламы, прирост дали лишь Интернет — 8%, в том числе медийная реклама — 4% и контекстная реклама — 11%, а также кабельно-спутниковое телевидение получило прирост 14%.

Одомашнивание Рунета

По данным фонда «Общественное мнение», который проводил исследование «Интернет в России. Осень 2009», месячная аудитория Рунета в возрасте старше 18 лет составила осенью 2009 г. 39,4 млн человек. При этом размер трехмесячной аудитории старше 18 лет составил около 41 млн, а 1,5-годичной — 42 млн человек. Исследование при этом не включило самых активных пользователей — молодежь. В городах России с населением свыше миллиона человек порядка 70% молодежи в возрасте до 22 лет пользуются Интернетом.

Растет и качество пользования Интернетом. Доля пользователей широкополосным доступом (ШПД) в 2009 г. составила 59%. При этом мобильным доступом через сотовый телефон пользовались 50%.

Блогеры берут тайм-аут

Наряду с ростом количества пользователей Интернетом расширяется и блогосфера. В Рунете на весну 2009 г. было 12 млн блогов. Но, к сожалению, эти блоги как бы затихают в своем развитии. Из этих 12 млн только 10% являются активными — они обновляются хотя бы раз в месяц. Напомню, что в 2008 г. регулярно обновлялось 20% блогов, а в 2007 г. — 50%. Все это говорит о том, что Интернет развивается, растет количество блогеров, но активность их снижается. И это составляет определенную опасность для дальнейшего развития блогосферы.

Растет рынок Рунета

Активно развивается и электронная коммерция. В 2009 г. рынок электронной коммерции составил около 250 млрд руб. Что касается рынка интернет-рекламы в Рунете, то он составил 7,7 млрд руб. (рост за год на 4%). Главными рекламодателями в Рунете остаются традиционные для мировой и российской сферы производители товаров — это компании сотовой связи: например, МТС предоставила рекламу на 295 млн руб., что означало увеличение рекламного бюджета за год на 64%. Затем Мегафон — 218 млн руб. (+25%), Вымпелком — 184 млн руб. (+23%). Важно отметить рост мобильного Интернета и широкополосного доступа к Интернету.

Следом идет Рено-Ниссан — 220 млн руб., что означает прибавку на 52%. Увеличили рекламный бюджет также автопроизводители Пежо-Ситроен — 170 млн руб. (прирост составил 143%). Следует отметить также Фольксваген-Ауди-групп, который идет на втором месте (162 млн руб., прирост 29,5%). Тойота — 151 млн руб., прирост 140%. Самсунг — 140 млн руб., прирост 22%, Форд — 120 млн руб. (+14%). Ну и давний лидер рекламы в России Проктер энд Гэмбл в этом году вложил в рекламу 137 млн руб., увеличив бюджет на 128%. Таким образом, несколько меняется структура рекламного рынка. На первое место выходят мобильные телефоны, автомобили и по-прежнему парфюмерные изделия.

Российский Интернет развивался на фоне роста проникновения Интернета во всем мире. Сегодня, если взять все регионы распространения Интернета – Африку, Азию, Ближний Восток, Европу, Северную Америку, Латинскую Америку, страны Карибского региона и Австралию, – то ситуация выглядит следующим образом. Африка: проникновение – 6,8%, рост с 2000 г. на 1392,4%; в то время как прирост африканского населения составляет 991 млн человек. Еще активнее растет Интернет в Азии: при населении в 3 808 070 503 человек число интернет-пользователей достигло 738 257 230. Проникновение составляет 19,4%, рост с 2000 г. – 545,9%. Ближний Восток: население 202 687 005 человек, число интернет-пользователей – 57 425 000 человек, проникновение – 28,3%. Рост с 2000 г. составил 1648,2% – наверное, самый большой, если сравнивать рост по регионам. В Европе: население 803 850 858 человек, число интернет-пользователей – 418 млн, проникновение – 52%, рост с 2000 г. – 297%, конечно, меньше, чем на Ближнем Востоке или в Африке, но ведь в Европе Интернет начал развиваться раньше. И, конечно, в абсолютных числах Европа все-таки опережает другие регионы.

Северная Америка: население 340 831 831 человек, число интернет-пользователей 252 млн человек. Проникновение – 74,2%, самое большое из всех регионов мира. Рост небольшой с 2000 г. – 134%, потому что в исходной точке 2000 г. уровень был очень высок. Латинская Америка и страны Карибского бассейна: население 586 662 468 человек, из них интернет-пользователей порядка 179 млн, проникновение – 30,5%, рост с 2000 г. – 890%. Если взять ситуацию во всем мире на 2009 г., население составило 6 767 805 208 человек, из них интернет-пользователей было 1 733 993 741 человек, проникновение – 25,6%. Рост во всем мире с 2000 г. составил 380,3%.

На этом фоне надо отметить и успешный рост Интернета в России, где увеличилось не только количество российских интернет-пользователей, но и размеры доменной зоны. Так, Рунет составляют сайты доменных зон *RU* и *SU*. По числу зарегистрированных доменов *RU* занимает шестую позицию в десятке крупнейших национальных доменных зон. Зона *RU* закончила

2008 г. на отметке в 1 850 000 доменов. За первые три месяца она прибавила 150 тыс. доменов. Фактически в абсолютном выражении первый квартал 2009 г. прибавил столько же доменов, как и годом ранее. Это значит, что рост зоны замедлился.

22 марта 2009 г. был зарегистрирован двухмиллионный домен *RU*. Таким образом, в общей динамике развития Россия занимает весьма почетное место. Если же говорить об основных параметрах развития российского Интернета, то нужно сказать, что количество пользователей Интернетом растет сегодня гораздо активнее, они также пользуются большим количеством услуг, чем было раньше, т. е. Интернет используется в быту для выяснения самых разных проблем и вопросов.

Молодежная аудитория

Интернет остается главной средой обитания молодежи. Семь из десяти горожан в возрасте от 12 до 26 лет пользуются Интернетом. Это вдвое больше, чем в категории горожан от 27 лет и старше.

«Новые бедные»

Министерство коммуникаций в этом году специально выделило в своем отчете категорию «новых бедных» — сегмент, который включает в себя только не пользующихся Интернетом граждан. Две трети из них (66%) заявляют, что хотят пользоваться Интернетом, но не имеют такой возможности, т. е. относятся к потенциальному резерву интернет-аудитории. Треть «новых бедных», — отмечается в докладе министерства, — считает, что их жизнь улучшилась бы, если бы они стали пользоваться Интернетом. Самой распространенной причиной улучшения жизни из-за пользования Интернетом называется наличие информации, знаний, расширение кругозора (11%). В два раза меньше «новых бедных» (6%) считает, что Интернет может способствовать кругу общения, поддержанию связи с родны-

ми и близкими. Как отмечается в отчете Министерства связи, несмотря на большую долю потенциального резерва интернет-аудитории, только 9% «новых бедных» планируют начать пользоваться Интернетом в течение ближайшего полугодия.

Рекламные потрясения

Если говорить о других моментах, то здесь нужно, конечно, обратить внимание на то, для каких целей используется Интернет. И здесь много показательных моментов. Прежде всего нужно сказать, что активно растет реклама в Интернете.

Самые большие бюджеты рекламодателей были до этого года расположены на телевидении. По итогам 2009 г., этот сегмент подсократился всего на 18% – до 113,7 млрд рублей. При этом его удельный вес в общей структуре доходов вырос с 50 до 55%, но лишь относительно, в абсолютном же измерении существенно для этого сектора сократился.

Наиболее значительное сокращение доходов от рекламы наблюдалось в сегменте печатных СМИ и наружной рекламы: 43% – в печати и 41% – в наружной рекламе. В заключение о рекламе нужно сказать, что в 2009 г. Интернет стал абсолютным лидером по доходам от рекламы и единственным носителем рекламы, который продемонстрировал рост как с точки зрения рекламного инвентаря и аудитории, так и по объему рекламных инвестиций. В этом смысле Интернет потеснил телевидение.

Блогосфера Рунета

По данным Яндекса, на весну 2009 г. в русскоязычной блогосфере существовало 7,4 млн блогов: 6,9 млн личных дневников и более полумиллиона сообществ. Это почти в 2 раза больше, чем год назад.

Всего в мире, по имеющимся данным, существует 133 млн блогов, русскоязычные дневники составляют 5% мировой блогосферы. Сегодня министерство коммуникаций оказалось

в состоянии нарисовать портрет среднего блогера. Цитирую отчет министерства: «Бессменный средний блогер последние два года – москвичка 22 лет. У нее 18 друзей (13 из них – взаимные), она участвует в 10 сообществах и ведет свой блог уже год и десять месяцев. Видимо, эта девушка-блогер ведет свой дневник на *LiveInternet.ru* или на *Diary.ru* (среднестатистические блогеры с этих хостингов очень на нее похожи, хотя и чуть моложе – им 20-21 год). Средний пользователь *Ya.ru* или *LiveJournal*, возможно, с ней даже не знаком – это мужчина, и ему двадцать шесть лет»¹.

Последние годы, отмечается в отчете, аудитория блогов растет, но уже не такими темпами. При этом средняя активность пользователей имеет тенденцию к снижению. В 2008-2009 гг. за это время среднее число просмотров на одного посетителя сократилось в несколько раз. Все это говорит о том, что в целом активность блогеров имеет тенденцию к затуханию.

Журналистика переключается в Интернет

По данным, которые приводит Министерство связи, на начало 2009 г. каждый будний день в российском Интернете в новостях появляется как минимум 36 тыс. сообщений СМИ. Каждый выходной – как минимум 9 тыс. Это отражает общую тенденцию роста информационной службы Интернета.

Наиболее популярное занятие среди пользователей Интернетом – чтение новостей. Главную площадь в Интернете занимают журналисты – газетчики, телевизионщики, те, кто собирает и анализирует новости. 77% аудитории посещают сайты СМИ, они читают новости из газет, журналов.

74% пользователей Рунета пользуются почтой. Затем идут поисковые сервисы – 68% ищут информацию в Интернете, обычно используя Яндекс. 68% узнают погоду по Интернету, и это тоже очень важный показатель, так как погода касается

¹ Интернет в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. – М., 2010. – С. 61.

каждого человека, это дело повседневное. Это означает, что Интернет прочно обосновался дома. И прежде чем идти на улицу, не палец высовывают в окно, а набирают соответствующие адреса в Интернете.

Дальнейшее пользование распределяется следующим образом: 46% смотрят фото и видео, 44% скачивают программное обеспечение, 41% читают блоги и форумы, 39% скачивают музыку, 34% общаются с помощью мессенджеров (*ICQ, Skype* и т. д.). Таким образом, Интернет вошел в наш дом и стал частью нашей повседневной жизни, что является серьезным изменением стиля жизни.

И, наконец, нужно заметить, что Интернет развивается и к Интернету привыкают. Многие быстрые шаги отдельных секторов Интернета, скажем блогосфера, были связаны с интересом к возможностям развития гражданского журнализма. Но поскольку гражданский журнализм требует не только гражданских чувств, но и элементарной работоспособности, последовательности, — немногие выдерживают испытание блогом, поэтому и затухает пользование блогосферой. Тем не менее блоги остаются важнейшим элементом гражданской журналистики.

Основной стороной Интернета сегодня — его информационной службой — стала продукция журналистов, доступная на сайтах СМИ. Интернет все более смело и активно вторгается в нашу жизнь. Необязательно охватывает миллионы, но захватывает самую важную, целевую, интересующуюся информацией и создающую информацию аудиторию.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. — 2010. — № 5 (колонка редактора).

ПОЛИТИЧЕСКИЕ КРИЗИСЫ И ВЫБОРЫ 2010 г. В США

За полтора месяца до начала ноябрьских выборов, на которых будут избирать полный состав палаты представителей, треть сената, треть губернаторов, а также мэров городов, политическая борьба обостряется. «Нью-Йорк Таймс» опубликовала 19 сентября статью «Тайные выборы», в которой главное внимание уделяется изменению порядка контроля за финансовой поддержкой кандидатов.

Дело в том, что Верховный суд и Федеральная избирательная комиссия приняли решение, которое, по существу, отменяет контроль над финансированием выборов. Корпорации получили возможность наводнить анонимными деньгами выборы после решения Верховного суда и Федеральной избирательной комиссии, принятых в последние два года. И это создает очень сложную и противоречивую ситуацию в политической жизни Соединенных Штатов. До этого, в 2004 и в 2006 гг., практически все независимые группы, получившие пожертвования на выборы, обнародовали имена своих доноров. В 2008 г. меньше половины таких групп сообщили о своих донорах. А в соответствии с исследованием, которое было выпущено накануне публикации этой статьи, один из граждан группы, которая считает себя «сторожевым псом», заявил, что в этом году только 32% групп объявили о своих вложениях в поддержку работы выборной кампании. Большая часть денег, о которых идет речь, была получена республиканскими активистами, которые воспользовались этими решениями и прикрывают группы, их финансирующие, такими именами, как «Американский перекресток дорог», американская сеть «Действие», которые были созданы для продвижения поддержки бедных слоев населения. Эти группы свои цели не обнародуют, и они на самом деле оказывают поддержку анонимным вкладам в кампанию.

Американские перекрестки

Одна из этих групп – «Американский перекресток дорог» – надеется потратить 50 млн долл. на рекламу против демократических кандидатов в Калифорнии, Пенсильвании, Неваде и других штатах. Другая аналогичная правая группа – американская сеть «Действие», которую возглавляет Норм Колман (бывший сенатор от Республиканской партии от штата Миннесота), тратит 25 млн и ведет атаку на демократических сенаторов Пэтти Мюррей и Рассела Рейнголда в Висконсине. Еще большую активность проявляет Торговая палата США.

Торговая палата против реформы здравоохранения

Торговая палата, которая пыталась помешать принятию закона об изменении системы здравоохранения, вкладывает 75 млн долл. для того, чтобы нанести поражение тем членам конгресса, которые поддерживали эту реформу. Их доноры теперь анонимны, хотя представители профсоюзов, выступающие в поддержку законов, могут также не сообщать имена своих доноров, но суммы, которыми они обладают, значительно меньше.

Новая секретность американской политики

Новая эра секретности началась с решения Верховного суда в 2007 г. относительно дела, касающегося группы «За право на жизнь» в штате Висконсин. Это решение отменило федеральные ограничения на корпоративные и профсоюзные пожертвования на предвыборные кампании. Федеральная избирательная комиссия интерпретировала это решение таким образом, что если в пожертвовании не сказано: «изберите такого-то кандидата», то корпоративные доноры не должны открывать свое имя, а должны оставлять их в тайне и таким образом скрывать и свои имена, и свое финансовое давление на выборы, т. е. свое

вмешательство в избирательный процесс, что и делает выборы секретными: на это указывает заголовок редакционной статьи «Нью-Йорк Таймс».

Новые возможности скрытно воздействовать на ход выборов появляются у богатых спонсоров из Республиканской партии, соответственно возникают трудности для Демократической партии, так как растет опасность аналогичного сокрытия со стороны республиканцев, которые хотят взять реванш у демократов, победивших на выборах в 2008 г., для чего используют различные уловки. Важно отметить, что газета «Нью-Йорк Таймс» ведет энергичную кампанию против этих действий. Политическая борьба в Соединенных Штатах приобретает особую остроту.

24 сентября 2010 г. «Нью-Йорк Таймс» опубликовала статью Дэвида Брукса «Дефицит ответственности», где утверждается, что избиратели полностью разочарованы в политике Вашингтона. По его мнению, за последние два года произошел сдвиг вправо, страна расколота, республиканцы пытаются укрепить свои позиции, но, даже если им это удастся сделать, они не смогут ни провести свои законопроекты через конгресс, ни преодолеть вето Президента Барака Обамы. Тем временем обе партии будут стремиться занять наиболее выгодные позиции к выборам 2012 г.

Статьи видных американских публицистов свидетельствуют о глубоком кризисе и расколе политической элиты крупнейшей страны Запада.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. — 2010. — № 6 (колонка редактора).

РОЛЬ ЖУРНАЛИСТИКИ В МОДЕРНИЗАЦИИ СТРАНЫ*

Один из аспектов модернизации нашего общества и экономики связан с выявлением роли средств массовой информации и журналистики в этом процессе. Мы не должны забывать о том, что исторически все предыдущие модернизации России начались с газет. В XIX веке в Российской империи были газеты народовольцев, «Колокол» Герцена, выходили газеты, которые подняли революцию 1905-1907 гг. Затем грянула Февральская революция, в значительной степени подготовленная российской печатью. Позже произошла Октябрьская революция, которая во многом стала следствием в том числе и активной работы большевистских газет. После октября 1917 г. русская печать разделилась на два крыла. Одно осталось в России и стало советской печатью, другое ушло в эмиграцию. Этот раскол в национальной прессе существовал достаточно долго. Главную историческую роль для России и СССР, конечно же, сыграла советская печать. События, в развитии которых активное участие принимала пресса, произошли в конце 1980-х - начале 1990-х гг. Политика перестройки, которую провозгласил М. С. Горбачев, во многом базировалась на принципе гласности, активизации средств массовой информации – печати, радио и телевидения.

Начиная с 1985 по 1991 г. мы наблюдаем гигантский рост активности СМИ. «Новый мир», «Комсомольская правда», «Труд», «Литературная газета», «Правда», «Аргументы и факты» издаются многомиллионными тиражами. Тиражи других изданий также растут. Этот период был ознаменован очень сложными событиями 1991 г., которые, с одной стороны, отразили попытку остановить гласность и вообще свободную деятельность печат-

*Модернизация России как условие ее успешного развития в XXI веке / отв. ред. А. Н. Аринин. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2010.

ти. Как известно, одним из первых указов ГКЧП был «сидеть и молчать», была введена цензура, и власть попыталась повернуть ход событий вспять. Этого сделать не удалось, ГКЧП потерпел поражение, и тогда наша печать оживилась и стала играть важнейшую роль в жизни страны.

Представляется, что 1991-1993 гг. были «золотым веком» российской журналистики, когда наши журналисты фактически владели прессой. Это продолжалась недолго. Газеты столкнулись с огромными трудностями, и вовсе не политическими, а экономическими. У газет не было денег, редакции вынуждены были искать финансирование, и они его получили — в основном от банков, от крупных корпораций и в какой-то степени от государства.

В результате политических процессов второй половины 1980-х — начала 1990-х гг. произошел переход от журналистики партийной к журналистике свободной, а затем — к журналистике, финансируемой крупным капиталом и государством. Этот период закончился созданием в России новой структуры прессы. Телевидение оказалось в руках в основном у государства, газеты — у частного капитала и крупных корпораций. Последующее развитие проходило уже в новых условиях в период президентства Б. Н. Ельцина и В. В. Путина.

Президент России Владимир Путин в 2000–2007 гг. попытался остановить деструктивные процессы и нормализовать экономическую и политическую обстановку в стране. Данная деятельность завершилась успешно, что позволило Президенту В. В. Путину в феврале 2008 г. сформулировать свое видение развития страны на долгосрочную перспективу до 2020 г. и поставить перед правящей элитой задачи, связанные с переходом России на инновационный путь развития.

Президент страны Д. А. Медведев в статье «Россия, вперед!» провозгласил курс на модернизацию России. Курс очень важный, поскольку он отражает в какой-то степени и итоги той работы, которая велась предыдущие полтора десятилетия. Много было сделано, решение основных проблем в развитии экономики, государственности, культуры было сдвинуто с мертвой точки. Однако выяснилось, что необходимо срочно привести

страну в соответствие с требованиями современной мировой экономики. Сегодняшняя программа модернизации России воспринята очень позитивно. Вместе с тем, когда говорят о модернизации, думают прежде всего о «Сколково». Но ведь суть дела не только в том, чтобы модернизировать науку и создать новые технологии.

Когда мы говорим о модернизации, нужно помнить о необходимости создания в стране условий для мотивации, которые позволили бы поднять общество на решение инновационных проблем. Но без продолжения политики гласности, без развития журналистики и журнализма эти условия для мотивации к инновационному и, как следствие, высокопроизводительному труду создать невозможно. Ибо именно гласность заставит государственную власть обеспечивать соблюдение закона в Российской Федерации, что создаст условия для полноценного развития рыночной экономики, мотивирующей бизнес наращивать производительность труда с помощью новых технологий и инноваций. Вот почему первое условие, которое необходимо для модернизации страны, — обеспечение свободного развития журналистики, гласности и открытости.

Второе условие — решение экономических задач, освоение новых технологий, новых открытий. Все это требует денег и улучшения качества образования. Кроме проблемы повышения качества образования, гласность призвана помогать обществу видеть прогресс или регресс в своем развитии, а это может сделать только журналистика.

Поэтому журналистика, гласность, открытость становятся важнейшим и неперенным условием модернизации общества.

Третье условие — мониторинг развития страны, который может осуществлять только пресса. Только она может видеть, движемся мы куда-то или бежим на месте. В последние годы мы в значительной степени бежали на месте. Мы перестали производить самолеты, строить суда, создавать научные школы, развивать новые центры науки и исследований. Худо-бедно, но в СССР были такие центры. Они все распались, ученые разъехались по всему миру, что явилось тяжелым ударом для нашей страны.

Процесс модернизации будет очень сложным. Он потребует определенной мобилизации усилий, потребует создания структур, где можно было бы учиться. Нужна политическая воля, для того чтобы изменить ситуацию в обществе, сделать общество инновационным и, если хотите, самомодернизируемым. И здесь важно развитие нашей журналистики и СМИ. К сожалению, в современной России они развиваются очень плохо. Проведены социологические исследования по теме, как и сколько современные россияне читают газеты. Выяснилось, что периодику не читают не только люди, у которых нет денег, ее не читают и руководители и управленцы; только 6% из них читают прессу. Что это означает?

Если вспомнить историю журналистики нашей страны, то газеты для общества были определенной путеводной звездой. Сейчас их не читают, а отсутствие читающей публики — это потеря памяти, что и происходит. Мы вдруг оказались людьми без памяти. Это ужасное состояние.

Нужны решительные меры, для того чтобы активизировать и модернизировать нашу прессу, радио и телевидение. Появились новые факторы, которые могут этому способствовать, такие как развитие электронных СМИ, Интернета, мобильной связи. Но нужно, чтобы эти средства реализовались как средства обновления и модернизации. Для этого нужен другой подход к самой системе СМИ.

Эта система является одним из узловых моментов развития общества. Без свободной прессы невозможно знать, что происходит в стране на самом деле. Видимость движения, видимость деятельности мешают понять реальные проблемы государства и общества. Поэтому роль СМИ в развитии модернизации трудно переоценить.

Мы обязаны принять серьезные меры к тому, чтобы сделать нашу прессу более действенной, более активной. Что представляет собой современная российская пресса? Из нее мы знаем больше о том, что происходит в Белом доме, Конгрессе США, в личной жизни голливудских звезд, чем о том, что происходит у нас, в России. Пресса смакует скандалы и сплетни, но не занимается глубоким анализом российской жизни. Необходимы

серьезные шаги в развитии именно журналистики, даже не самих СМИ, а журналистики, подчеркиваю.

Одной из важнейших национальных задач следует считать развитие общенациональных медийных проектов. В России так и не создано общественное телевидение, а информационное поле страны представляет собой бессистемное лоскутное одеяло. Журналистика в целом снизила свой интеллектуальный уровень, является отражением общей культурной обстановки в России. Она стала видом бизнеса, поэтому и живет она по законам бизнеса, что несовместимо с ее социальной ролью. Только поддержка высокой журналистики государством способна изменить общую ситуацию в этом аспекте жизни общества.

Нужно прямо сказать, что не востребованность серьезной прессы обществом искусственно создана и культивируется теми, кто видит в СМИ инструмент обогащения и корысти. Государство рано или поздно обязано будет задумываться о создании условий для развития интеллектуальной и ответственной прессы, без которой самосознание и самоидентификация народа невозможны в принципе. Мы должны вернуть журналистике ее социальный статус. Для этого необходимо дать дорогу правдивой и современной журналистике, свободной от коммерции и дешевой сенсационности.

Журналистика должна пользоваться доверием людей. Это главный тезис, который выдвинут Союзом журналистов, он является ключевым, потому что если прессе не доверяют, то это значит, что нет доверия к власти. Совершенно очевидно, что только журналистика может показать движение общества. Здесь многое можно сделать, развивая новые направления в журналистике и способствуя тому, чтобы она отчитывалась перед обществом в том, что делает само общество.

Сейчас принимаются меры к тому, чтобы как-то ограничить гласность. Например, есть приказ министра внутренних дел о том, что милиционеры не могут жаловаться на свое начальство, Готовятся определенные предложения, чтобы нельзя было вообще на начальство жаловаться, а ведь в чем основа развития общества? В том, чтобы оно было открыто.

Что нам больше всего мешает в модернизации? Это коррупция. Если она не будет побеждена, никакой модернизации мы провести не сможем. Единственное лекарство от коррупции — это открытость. Я приведу простой пример. Какая страна наименее коррумпирована в Европе? Швеция. В чем ее особенность? Обязанности чиновника в Швеции входят не только выполнять свои бюрократические обязанности, но и, если его начальник нарушает закон или делает что-то противоправное, он обязан об этом сообщить обществу. Ему не только это не запрещается, он прямо обязан это сделать. Поэтому не случайно Швеция наименее коррумпированная страна. Коррупция там уничтожается на корню. С крысами, мышами и тараканами можно бороться разными способами, но один из лучших — это свет. Когда зажигается свет, все эти вредители разбегаются. Таким светом и должна быть наша журналистика.

2011 год

Журналистика – это необходимый атрибут современного общества, где информация становится не просто средством общения, а является инструментом развития и техники, и экономики, и жизни человеческой.

ИНТЕРНЕТ КАК ФАКТОР МЕЖДУНАРОДНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Интернет и журналистика — очень серьезная проблема. Интернет и международная журналистика — тоже проблема очень серьезная. Но это две разные проблемы, потому что Интернет развивается во всех сферах, я не буду называть их все, начиная от заказа билетов на самолет и кончая участием в коммуникационной массовой деятельности. Но это особая проблема, думаю, ее нужно обсудить. М. А. Федотов сделал серьезные выводы, высказал интересную точку зрения, очень важную для определения юридических границ Интернета. Границы бывают разные, и границы существуют не только в смысле охвата разных проблем.

Очень интересно по поводу границ выступил в «Известиях» Дмитрий Борисович Воскобойников, и я думаю, что его статья «Убить анонима» очень точно определяет одну из главных трудностей Интернета — беспорядочность действий в нем. Иногда информация, которая вбрасывается, очень мешает и загрязняет Интернет, потому и ведется активная борьба за создание особой атмосферы — чистоты экологии Интернета.

Другая серьезная проблема — безответственные действия «анонимов» в Интернете, как правильно отмечает Д. Б. Воскобойников. «Анонимы» отравляют атмосферу в Интернете, и в данном случае те юридические послылы, о которых говорит М. А. Федотов, могут быть очень полезны.

Интернет развивается бурно. У нас в справочниках указано, что в Индии 10 млн пользователей Интернета, а сегодня, 1 декабря 2010 г., я получил статью из индийского журнала, где говорится о том, что там уже 70 млн пользователей. Интернет развивается быстро, и это развитие требует внимания, так как Интернет сегодня вышел за рамки только информационных проблем, он активно включен в разные сферы деятельности. Таких вопросов много, и проблема управления Интернетом должна каким-то

образом быть решена. Известно, что управление выдачей доменов осуществляется *ICANN*, международной корпорацией по назначению номеров и имен, которая управляет системой адресации в Интернете. Есть и другие, очень важные для развития Интернета моменты, потому что хозяевами Интернета являются поисковые машины, и те корпорации, которые обладают поисковыми структурами, практически определяют, что вы можете получить в Интернете. Большая ответственность в этом смысле лежит на всех поисковых машинах: это *Google*, это *Yahoo*, это наш Яндекс, это и собственная поисковая система *Microsoft*. Они в большей степени определяют содержание Интернета, так как обладают самыми большими запасами информационных ресурсов, что ведет к господству в сфере Интернета. Естественно, что самые большие запасы — у крупных поисковых машин, и последние, конечно, оказывают очень серьезное влияние на пользователей Интернета.

Велика роль Яндекса для нашей страны. Это, может быть, наша внутренняя, национальная проблема: на русском языке наиболее активно работает Яндекс, но сравнить его ресурсы с ресурсами *Google* или *Yahoo* очень трудно, он существенно уступает им. Одна из важнейших проблем развития Интернета в России — это не только доменные имена, написанные кириллицей, но, может быть, в большей степени развитие российского поискового механизма, поскольку никто, кроме россиян, не сможет адекватно проанализировать российскую информационную сферу и сделать настоящую классификацию, собрав необходимую информацию. Это ведь огромный массив, и из-за того, что у нас нет адекватного инструмента, адекватной поисковой машины, конечно, мы проигрываем в Интернете. Мы вынуждены по всякому поводу обращаться к очень мощным и качественным иностранным поисковым машинам, тем же *Google* и *Yahoo*, но они не всегда дают информацию, которая нужна нам. Однажды мне пришлось выступать по поводу места Гоголя в мировой литературе, и я попытался найти материалы в этих поисковых машинах и не нашел. И в Яндексе их также не оказалось. А эти материалы имеются, и довольно обширные. И мне показалось, что здесь наше отставание в развитии своей поисковой

машины мешает нам лучше знать самих себя и тем более не дает нам возможности представить нашу страну, наши интеллектуальные ресурсы должным образом. С этой точки зрения развитие Интернета в России требует серьезного развития поисковых инструментов, и без этого мы будем всегда учениками или пользователями иностранных поисковых машин. Они очень хорошо ищут, но они ищут на английском языке; русские имеют свои информационные интересы, а они в нашем Интернете не учитываются. Эта монополия международных поисковых ресурсов в Интернете все-таки создает нам известные трудности, не потому, что существуют эти монополии, а потому, что они не то чтобы не хотят, — не могут разобраться в огромном массиве нашей российской информации. Мне кажется, что это очень серьезная проблема Интернета и над этим следует задуматься. Российский поисковый инструмент должен быть улучшен: Яндекс работает хорошо, но его масштабы несопоставимы с требованиями нашей информационной сферы. Несопоставимы они тем более и с ресурсами, которые имеют *Google* или *Yahoo*, а эта проблема необычайно актуальна для развития нашего Интернета.

Вторая проблема, на которой я хотел бы остановиться, связана с изменением отношений Интернета и журналистики. Дело в том, что Интернет настолько активно вошел в сферу информации, что журналистика теперь действует как бы в нескольких средах. Есть традиционная среда для печати, аудиовизуальная для телевидения и радио, наконец, есть интернет-среда. Но в силу бурного развития Интернета, информации и информационных связей меняется сама структура информации и отношение к ней. Сегодня век так называемой массовой информации продолжается, но все более важное значение приобретает информация межличностная, межгрупповая, индивидуализированная и медиатизированная. Это стало возможным благодаря усовершенствованиям в развитии Интернета.

Происходит и другой процесс: массовое общество сегодня фрагментировано, и массовая пресса практически уступает место специализированной нишевой прессе, которая лучше обслуживает интересы аудитории. Возникает возможность и проблема нового развития в коммуникации. Есть массовая

коммуникация, о которой справедливо говорил М. А. Федотов, но сегодня все более важна индивидуализированная и одновременно медиатизированная информация, которая особенно активно развивается в обществе знаний. Индивидуализация и специализация использования информации — влечение времени, и наступление новой стадии информационного общества, общества знаний, требует этой индивидуализированной информации, с которой приходится считаться и учитывать при этом индивидуальные интересы пользователей.

Очевидно, что средства массовой информации тоже в какой-то степени уступают позиции. Я не говорю о газетах, которые в России утратили значительную часть своей реальной аудитории. Но если даже мы будем говорить о телевидении, то оно тоже теряет свою аудиторию. Есть разные рецепты, ставятся разные диагнозы, говорят даже, что у нас плохое телевидение. Я думаю, что дело не только в этом. У нас разное телевидение: есть плохое, а есть очень хорошие образцы. Дело в том, что меняется не телевидение, а меняется телезритель, его меньше интересуют многие образцы массовой культуры, он хочет иметь больший выбор. Современная структура Интернета позволяет сделать этот выбор, и поэтому акцент переносится на Интернет и на новый подход к коммуникации, которая рассчитана на потребителя скорее индивидуального, чем массового.

В связи с этим газеты, радио, телевидение переходят на новые стандарты, они выпускаются теперь в двух и более форматах. В традиционном формате это речевое радио, телевидение, использующее свою аудиовизуальную природу, газеты, которые печатаются на бумаге. Но в то же время все эти коммуникационные структуры существуют и в Интернете. Сейчас трудно сказать, где основное место пользования этими средствами — в киосках, где торгуют газетами, или в компьютерах. Пожалуй, сегодня во многих странах если не основная, то очень значительная часть населения, читающая газеты, — это люди, пользующиеся компьютером и читающие их в Интернете, а не только те, кто берет в руки печатную бумажную газету. Я не сторонник теории о том, что газета умирает и мы скоро будем присутствовать на похоронах газеты. Я думаю, что до этого далеко, и у газеты есть свои преиму-

щества, о которых можно говорить отдельно. Газета будет жить, но несколько в ином виде, хотя, может быть, и на бумаге.

Сегодня структура Интернета, и в этом смысле структура информации, передаваемой в Интернете, меняется. Есть по крайней мере два вида использования информации: через традиционные средства массовой информации или через Интернет. Это создает новые возможности для журналистики, потому что журналистика получает новые ресурсы. Скажем, сегодня радиостанции являются не только средством доставки речевого материала, но и, имея хорошие сайты, становятся источниками и печатной информации. Часто на сайтах некоторых радиостанций вы можете найти больше информации, чем в газетах. Они действуют очень оперативно. Например, 1 декабря в Москве был господин Аллен де Пузильяк – президент телеканала *France-24*. Он рассказывал о работе структуры французского круглосуточного телевидения, которое действует в глобальном пространстве. Но в газетах мы, к сожалению, ничего не прочитали об этом, а на сайте «Эха Москвы» мы оперативно получаем эту информацию в виде текста, который легко переносится на бумагу. Я вас уверяю, что на сайте «Эха Москвы» можно найти множество других подсобных материалов, так же, как и на сайтах «Московского комсомольца», «Известий», «Российской газеты» можно найти много интересного, и это дополняет то, что делают традиционные средства массовой информации.

Сейчас складывается такая ситуация, когда информация находит новые места для доставки и для привлечения внимания читателей, слушателей, зрителей. И несмотря на то что говорят о смерти газеты, количество ее читателей увеличивается благодаря Интернету. Сегодня, может быть, главным инструментом, который заставляет людей читать, является Интернет, потому что на сайтах содержится масса информации. В этом отношении, конечно, ситуация сегодня изменилась: Интернет скорее стимулирует чтение.

Изменилась и ситуация с международной журналистикой. Международная журналистика существует как особая часть нашего журналистского дела, и в то же время сам Интернет является частью этой международной журналистики, он дает возможность

пользователям постоянно получать важную, полезную, разнообразную и часто уникальную международную информацию.

Международная журналистика в России переживает трудные времена. С одной стороны, доступ к международной информации очень прост. Компьютеры позволяют пользоваться множеством сайтов: газетных, журнальных, радио-, телевизионных и, что особенно важно, отдельных исследовательских центров. С другой стороны, квалифицированная обработка этой международной информации отстает от объема этой информации, и, конечно же, в этом смысле международная журналистика не выполняет своих задач постольку, поскольку наши традиционные средства массовой информации очень мало внимания уделяют международным проблемам. Даже когда происходят такие события, как промежуточные выборы в Соединенных Штатах, они не вызывают большого интереса у российских СМИ. Они теряют нить развития международных событий. Это важная проблема, которая требует серьезного внимания к развитию международной журналистики.

Международная журналистика – это не только информация о том, что происходит сегодня, это важная часть восприятия нашего мира как целостности. Сегодня мы утрачиваем это восприятие и отстаем от развития нашего мира. Когда вы спросите у людей, которые, например, приходят на факультет, о том, где наиболее развиты новые формы коммуникации и журналистики, они отвечают, что больше всего все развивается в Соединенных Штатах. Хотя США, скажем, по развитию мобильной телефонии и современных широкополосных структур Интернета уступают Японии, Южной Корее, которые в этой сфере являются лидерами. Но дело не только в этом. Мир изменился даже, можно сказать, за последние пять-десять лет. Появились новые лидеры. Когда говорят о крупнейших индустриальных державах, традиционно упоминают Соединенные Штаты, Англию, Францию, Германию. А на самом-то деле сейчас это Индия и Китай.

Можно по-разному относиться к развитию Китая, но 28 октября, находясь в Нью-Йорке, я открыл газету «Нью-Йорк Таймс», и там на первой полосе сообщалось о том, что в Китае создан самый быстрый в мире суперкомпьютер. Наши газеты на эту

информацию особого внимания не обратили, если вообще упомянули об этом. А на самом деле это не выращивание риса или выпуск ширпотреба — это не ширпотреб, такой компьютер один, и только в Китае, и он меньше по габаритам, чем менее мощный американский суперкомпьютер. И это говорит о том, что Китай является лидером в этой сфере, а мы — может быть, и из-за просчетов нашей международной журналистики — этого не учитываем.

Конечно, есть и много других аспектов, связанных с тем, что лидерство меняется, мир меняется. Как известно, мир начинался на Востоке: индийская, китайская цивилизации гораздо старше, чем европейские цивилизации. Я думаю, что об этом нам нужно знать и думать и не заблуждаться по поводу того, где больше чего производится. Конечно, Китай добился такого успеха не за счет развития металлургии, авиационной, автомобильной промышленности, а прежде всего за счет того, что следовал старому совету Бухарина — начинать с сельского хозяйства и легкой промышленности. И благодаря успехам в легкой промышленности китайцы стали важным звеном в развитии экономики мира, они и сейчас лидируют в производстве товаров легкой промышленности. И мы все, все страны впали в зависимость от Китая не по части компьютеров, а по части этих товаров. И когда начался кризис, первое, о чем сообщили, — о том, что снизились покупки китайских игрушек. Но Китай быстро восстановил свою промышленность по производству игрушек. Так что бывает разная зависимость.

Мир сегодня меняется, и, говоря о судьбах международной журналистики, нужно больше думать о подготовке таких специалистов. К сожалению, они часто не хотят идти в эту профессию, им кажется, что интереснее журналистика, связанная с российскими проблемами. Конечно, наша жизнь очень интересна, но падение интереса к международной журналистике у студентов тоже опасный симптом. Необходимо развивать международную журналистику, и здесь нам нужна поддержка как нашего общества, так и журналистского сообщества.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. — 2011. — № 1 (колонка редактора).

АНГЛИЙСКАЯ ПРЕССА МОДЕРНИЗИРУЕТСЯ

В английской прессе происходят удивительные изменения. Газета «Индепендент», либеральная и серьезная, перешла на два издания. Первое — традиционное, со всеми имеющимися там редакционными, аналитическими статьями, репортажами, — словом, со всем тем, чем славится газета. Но теперь имеется и второе издание, оно называется «*I*», как первая буква в названии газеты *The Independent*. Эта «*I*»-газета меньше по объему, чем полноформатная *The Independent*, и в то же время стоит она дешевле — 20 пенсов, в отличие от полного издания, которое стоит один фунт. Это не то чтобы удешевленное издание — скорее, оно приспособлено для менее состоятельного и менее взыскательного читателя.

Твиттеризация

В «*I*»-газете публикуются краткие сообщения, подобные тем, которые можно уместить в Твиттере. Имеется даже специальный выпуск «100 твиттеров», и в этом номере газеты печатается гид по твиттерам.

Издавая «*I*»-газету, редакция стремится привлечь новых читателей и новых внештатных сотрудников. Она рекомендует для пересылки материалов в газету пользоваться электронной почтой (и указывает адрес газеты *The Independent*), а также социальной сетью *Facebook* и Твиттером. Конечно же, все это составляет сокращенный, но достаточно насыщенный материал газеты, который, как предполагается, будет прочитан более широкой аудиторией. Естественно, что в нем важное место занимают более существенные материалы.

В разговоре с нами главный редактор этой газеты заявил, что в газете есть аналитические материалы и что сам он за аналитику, но в данном случае, конечно, масштабы и возможности

этой аналитики ограничены. При этом редактор газеты считает, что в окружении других, более серьезных, материалов эти краткие сообщения, переданные по Твиттеру, во-первых, дают возможность газете публиковать мнения, суждения и информацию от читателей и, во-вторых, расширяют ее аудиторию. 100 таких материалов было опубликовано в подборке под названием «Гид к элите Твиттера». Соответственно облегченный вариант газеты позволяет привлечь к ней более широкую аудиторию и продвинуть те концепции, которые особенно важны для этой газеты. Она много внимания уделяет униженным и обиженным, тем, кто относится к неимущим, и Твиттер помогает обслуживать эту большую аудиторию, давая право голоса достаточно большому числу читателей. По цене – 20 пенсов – и по объему материалов эта газета доступна самому широкому кругу читателей. Таким образом, создается новый тип массовой газеты – для читателя, владеющего технологией электронной почты, технологией Твиттера. Конечно, это важно для развития газеты.

Одновременно с этим сохраняется и традиционное издание газеты *The Independent* с комментариями, большими фотографиями и серьезным анализом того, что происходит в мире: от медицинских вопросов до обстановки в Египте и обсуждения проблем руководства английского правительства. Мэтью Норманн рассказывает о том, как он видит позицию Кэмерона и во что верит Кэмерон, в чем он видит свою миссию. Это газета, рассчитанная на то, чтобы привлечь к проблемам сегодняшнего дня достаточно широкую публику. Это миссия газеты, как ее видит главный редактор Джорди Крейг. Он отмечает, что позиция газеты несколько сдвинулась вправо.

Мердок модернизирует «Таймс»

В другом плане развивается более старая и более солидная газета – «Таймс». В ней сохраняется традиция солидной качественной газеты, где по-прежнему много различных материалов, имеются и серьезные. Но иногда эти серьезные заходы приправлены несколько скандальным соусом. Скажем, в номере

за 16 февраля 2011 г. публикуется статья о том, что в Англии вводится закон, по которому педофилы и насильники могут добиться изъятия своих фамилий и адресов из списка тех, кто нарушает нормы законов в сфере секса. Описывая эти нововведения, газета, конечно, вносит свои суждения по поводу того, насколько оправданно это решение, но, как мне представляется, здесь действует обычная логика Мердока, многолетнего издателя газеты *The Times*, для которого любая сенсация полезна для успеха газеты. Здесь решение об изменении юридического положения тех, кто совершил преступление в сфере секса, является поводом и для того, чтобы привлечь публику на эту новую и в то же время очень старую стезю, которую так любит Мердок. И Мердок, который издает самую большую в мире (по тиражу) англоязычную бульварную газету «Сан», выявляет здесь одну из сторон своей деятельности, связанную со спекуляциями на сексе, на скандалах, на сенсациях. В то же время он пытается оставаться достаточно уважаемым издателем солидной газеты, которая, конечно, несколько утрачивает свою солидность от этих эскападов в сторону секса.

В то же время, подобно газете «Индепендент», Мердок стремится следовать моде и включается в кампанию по созданию новых видов газетной продукции. Если Твиттер Крейгу помогает создать дешевую газету с множеством небольших, но впечатляющих сообщений, то Мердок создает совершенно новый, как теперь говорят специалисты по медийному пространству, продукт. Этот продукт — ежедневная газета *Daily*. Она следует новейшей компьютерной моде — теперь она издается не на бумаге, а печатается на плоский компьютер, на планшете *iPad*, и соответственно эту газету доставляют по Интернету в 12 часов дня в электронном виде, она содержит свыше 100 серьезных материалов на разные темы в отличие от сотни кратких твитов газеты «Индепендент».

При этом достигается большая оперативность благодаря Интернету, а благодаря плоскому компьютеру можно читать эти материалы, сохраняя привычку к ознакомлению с важнейшими событиями дня. Вместе с тем новая газета *Daily* в руках Мердока приобретает некоторые новые и очень важные качества.

Об этом пишет журнал «Нью-Йорк мэгезин» в статье «Читая “*The Daily*”». Подзаголовок этой статьи сам по себе очень показательен: «Самое интересное в *iPad*-газете Мердока — это то, что там не будет твердых политических установок в привычных колонках». Речь здесь идет о том, что газета Мердока не будет придерживаться определенной политической линии. Более того, к работе в этой газете, которую можно будет читать только на *iPad*'е, Мердок привлекает очень известных авторов. Это критик из «Нью-Йоркера» Саша Фрер-Джонс, который будет культурным редактором, а на шестой странице Ричард Джонсон будет освещать развлекательные мероприятия. Предполагается также много обсуждений в сфере бизнеса. Сейчас блогеры и репортеры, работающие в газетной сфере, удивляются, будет ли *The Daily* рентабельной при цене 99 центов в неделю за подписку и хватит ли рекламы для того, чтобы покрыть капиталовложения Мердока.

Мердок же относится очень серьезно к этим капиталовложениям, и он уже определил, что потратит 100 млн долл. на то, чтобы привлечь к газете самых важных и уважаемых читателей. В ней, по его предположению, будет 100 с лишним страниц материалов, которые включают все новости, многие проблемы жизни, мнения, развлечения, спорт и обязательно кроссворд.

Газета будет включать не только текст, но и видео, аудио и небольшой набор материалов для чтения вслух. Этот контент будет ежедневно обновляться, чтобы читатель имел возможность следить за потоком новостей, а также получать сообщения о самых последних событиях.

Вопреки слухам, пишет Мердок, новая газета будет распространяться и пополняться не только в редакции, но и с помощью Твиттера, *Facebook* и электронной почты. Но содержание будет не только в Сети, оно будет включать материалы, доступные через Твиттер.

Мердок утверждает, что переход к онлайн-публикации требует большего, чем сохранение традиций, поэтому нужны большие капиталовложения. В связи с этим «Ньюз корпорейшн» выделила существенные средства для данного проекта, включая 30 млн долл. капиталовложений, чтобы экономически оправдать запуск этой газеты.

Газета Мердока, чтобы ежедневно выходить онлайн, нанимает 100 журналистов. Некоторые из них широко известны, а некоторые – новички. Все они будут писать оригинальные новые статьи.

Считается, что затраты компании будут составлять около полумиллиона долларов в неделю. А с подписной ценой 99 центов в неделю можно также подсчитать, что цель газеты – с помощью подписки оправдать ее финансовые потребности, т. е. газета *The Daily* должна получить множество новых подписчиков. Но нужно еще посмотреть, заставят ли аудиторию вернуться к газете уровень журналистики и опыт читателей.

Соответственно Мердок предполагает, что это и оправдывает издание газеты финансово, и поможет ей в других отношениях. Одним из важных моментов в новой газете будет отсутствие однозначной политической линии. Газета будет и консервативной, что соответствует взглядам Мердока, но она будет позволять и публикации либерального толка. Мердок в данном случае хочет уйти от односторонней консервативной партийности к более широкому охвату интеллектуальной среды, с тем чтобы привлечь большую аудиторию. Словом, здесь речь идет не только о новом техническом средстве создания газеты (*The Daily* будет первой газетой на плоском компьютере), но и о новом подходе к содержанию. Он хочет сделать эту газету приемлемой для более широкой аудитории, отказавшись от своей репутации крайне консервативного издателя, и сделать ее более универсальной. Посмотрим, получится ли это у Мердока.

Говоря об изменениях в прессе, которые вносит и *The Independent*, и Мердок в *iPad'e*, нужно помнить о том, что технические изменения связаны, конечно, и с социальными переменами, и это сказывается на новом подходе Мердока к содержанию. Эта тенденция – двигаться в направлении центра – давно уже видна в большинстве ежедневных газет.

То же самое происходит и в других странах. Стремление уйти от односторонней политической линии помогает финансовому успеху газеты. В этом смысле Мердок вынужден считаться и с новыми тенденциями, и с реальностями современной читательской аудитории, которая едва ли разделяет его консерватив-

ные взгляды настолько, чтобы газета окупалась. Чтобы сделать газету, которая может быть приемлемой для значительной части читателей и окупаемой, необходимо не только обновить технологию издания этого информационного продукта, но и обновить подход к содержанию газеты, сделав его более универсальным.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. — 2011. — № 2 (колонка редактора).

НОВАЯ ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ ГАЗЕТЫ

Крупнейший специалист и одновременно монополист в сфере медиа Руперт Мердок начал издавать газету для *iPad*'а. Это значит, что каждый день в 12 часов на сайт редакции газеты «Дейли» поступают материалы, которые можно читать на планшетном компьютере. Стоит эта газета относительно недорого, 99 центов в неделю, но пока неясно, насколько она в состоянии конкурировать с бумажными газетами. Скоро мы узнаем об этом из финансовых отчетов «Ньюз корпорейшн», которая принадлежит Мердоку.

Национальные качественные газеты — бренды мировой державы

Газетный мир переживает многочисленные дискуссии о настоящем и будущем газеты. В Москве, на факультете журналистики, выступил молодой исследователь и сообщил, что в ближайшие годы газеты прекратят свое существование и через 15–25 лет мир забудет про печатную прессу и будет жить исключительно в Интернете. Эти прогнозы, конечно, носят, с одной стороны, зловещий характер. С другой стороны — всегда, как только в медийной сфере появлялось что-то новое, возникали такие прогнозы.

Сейчас справедливо многие пишут о том, что, когда появилось радио, говорили, что газеты умрут, когда появилось телевидение — говорили, что умрет радио, не говоря уже о газетах, появился Интернет — снова те же разговоры: газеты не выдержат конкуренции с Интернетом. Сегодня появилась мобильная журналистика — и это новый повод для того, чтобы похоронить газету. В данном случае, конечно, за мобильный и широкоформатный Интернет говорит быстрота доставки информации и возможность интерактивного общения с читателем.

Тем не менее разговоров о гибели печатной прессы много, а между тем продолжают издаваться газеты разные: газеты для любителей серьезной журналистики, дорогие (их называют качественными), такие как лондонская «Таймс», «Нью-Йорк Таймс», «Вашингтон Пост», «Франкфуртер альгемайне» в Германии, «Монд» во Франции. Создаются новые газеты — в Москве возобновили выход «Московские новости».

Конечно, каждая страна имеет свою качественную газету. В Англии такие газеты называют «истеблишментом», своего рода «устоем общества» наподобие парламента или Банка Англии. И устоями общества эти газеты, конечно, являются потому, что эти газеты не просто сообщают новости, как это делает Интернет, — они следят за тем, как развивается мир, и это сложный процесс, который заставляет задуматься над тем, что было в прошлом, над тем, что происходит сейчас, и над тем, что будет завтра. Главное — что это ежедневный процесс.

Можно сказать, что первыми предшественниками таких качественных газет были летописцы — древнегреческий Геродот, древнерусский Пимен и многие другие легендарные создатели летописей, благодаря которым мы знаем истоки нашей истории.

Наследники летописцев

Отличие от летописцев у газеты в том, что она доступна более широкому кругу людей, чем тексты летописей. Может быть, это не главное отличие. Главное сегодняшнее отличие в том, что газета не только сообщает новости каждый день, но и интерпретирует их. И чтение новостей позволяет увидеть мир в развитии, увидеть тенденции этого развития. Такой ежедневный мониторинг новостей включает нас в современное информационное пространство и заставляет нас задуматься над тем, куда идет мир.

Миру постоянно предсказывают всякие трудности, угрозы, катастрофы. Иногда эти прогнозы сбываются, иногда не сбываются, но всегда эти прогнозы газет вызывают к себе интерес

и уважение, потому что газеты ведут гигантскую исследовательскую работу, изучая развитие современного мира через призму ежедневных новостей, которые они интерпретируют и используют для того, чтобы заглянуть в завтрашний день.

Конечно же сегодня при наличии мощной индустрии новостей, в которую входят и газеты, и радио, и телевидение, и мобильные средства массовой информации, где особенно важен Интернет, эти средства массовой информации позволяют действительно очень глубоко и разносторонне представить картину мира в развитии.

Тот, кто читает газеты каждый день, впитывает в себя не только новости, он учится видеть мир в движении, в развитии. И это, конечно, оказывает огромную услугу тем, кто занимается политикой, всем тем, кто хочет заглянуть за рамки сегодняшнего дня, потому что анализ новостей, который преподносят газеты, выходит за пределы того текста, который мы получаем. Он помогает нам обдумывать нашу жизнь.

Конечно, «горячие головы» готовы отказаться от газет. Какие же доводы здесь приводятся? Их можно пересчитать по пальцам одной руки: газета отстает, современный Интернет гораздо быстрее сообщает новости — зачем в таких условиях нужна газета? Зачем нужно радио, если все можно получить посредством Интернета? Но оказывается, что есть некоторые особенности газеты, которые позволяют ей быть не только летописцем, но и в какой-то степени пророком, предсказывать, куда движется мир.

Связь времен

Качественные газеты — это не только серьезный и важный бренд, это своего рода национальный символ, которого опасно лишиться. Конечно, современные предсказатели, оракулы на каждый час, быстры на язык, на сообщения по Интернету, на СМС, на Твиттер, на Фейсбук. Подпишитесь на Фейсбук — все будете знать, читайте Твиттер, несколько строчек — и будете знать, как развивается мир.

Эта попытка создать конкурентное поле сама по себе понятна и, может быть, даже была бы полезна, если бы это конкурентное поле существовало. На деле же газета является чрезвычайно хрупким, но в то же время гибким и сложным инструментом. Газета создавалась веками, четыре века она несет свою службу — службу памяти. Сегодня, конечно, технических возможностей гораздо больше, но и событий в мире происходит больше.

Возникают новые возможности сбора и передачи новостей, и это, конечно, замечательно, но сам по себе сбор новостей и даже их анализ не решают проблему понимания сегодняшнего мира. Для того чтобы понять и увидеть перспективы, заглянуть в завтрашний день, нужно не только знать новости, но и уметь видеть тенденции развития. И газеты, имеющие исторический опыт, эту память, не живую, а новостную, аналитическую и прогностическую, хранят и передают нам и, конечно, могут многое рассказать, просто заглянув в прошлое.

И там открывается картина не только вчерашнего дня, не только конца сегодняшнего дня, но и послезавтрашнего дня. Газета уходит далеко от сегодняшнего дня благодаря той кропотливой, ежедневной, скрупулезной работе с теми новостями, что происходят в мире.

Мониторинг современной истории

Мониторинг, который ведет современная серьезная национальная газета, отличается особым качеством: это основательность анализа. Ведь чем ценна сегодняшняя качественная газета? Это прежде всего мозговой центр нации, его сила — в тех уникальных журналистах, которые в состоянии помочь нации увидеть сегодняшний самый сложный и многомерный мир во всем его многообразии, многоцветьи и многоликости, в динамике его развития. И это очень дорогостоящий продукт, потому что для того чтобы получить новости, которые помогут нам увидеть завтрашний день, надо призвать самых серьезных журналистов. И они работают в современных газетах. Если мы возьмем, например, «Нью-Йорк Таймс», там в отделе экономики мы най-

дем нобелевского лауреата, который использует всю свою богатейшую фантазию, и, главное, аналитические выводы из того повседневного мониторинга, который он ведет, и, внимательно изучая сегодняшний день, он видит день завтрашний. Новости начинаются утром, но вечером еще не завершаются. Понять, к чему приведут нас эти новости, может только институт, который ведет каждодневные наблюдения за тем, как развивается мир. Конечно, газета, которая выпускается Мердоком сегодня в 12 часов, говорит только о сегодняшнем дне, но, говоря о сегодняшнем дне и о сегодняшнем вечере, невольно заглядывает в завтрашнее утро и в завтрашний вечер. И эта связь событий, связь времен устанавливается газетой. О связи времен беспокоился шекспировский Гамлет: она необходима для человечества, человечество утратит основу своей жизнеспособности, своего права на существование, если оно потеряет нить, которая позволяет увидеть связь времен. Газета прекрасно эту связь времен осуществляет.

Конечно, имеются разные газеты. Есть газеты, которые тешат людей красивыми картинками. Это всегда было так. Я не хотел бы никого обижать или оскорблять, но хотел бы напомнить, что картинки сыграли очень важную роль в развитии человечества, особенно, когда появилась христианская религия, когда Христос указал свой взгляд на мир и обратился к верующим со своими идеями. И тогда выяснилось: не все верующие могут читать, было много неграмотных. Этим людям, которые не умели читать, просвещали с помощью рисунков, картинок: так появились иконы, церковная живопись, которая рассказывала историю Святого семейства, жития святых и в общем-то движения мира. Эти люди, которые ходили в церковь не только потому, что их интересовала служба и Слово Христа, но и за тем, чтобы узнать, куда движется мир, не могли прочитать этого. Картинки, с помощью которых передавалось содержание Священного Писания, делали неграмотных людей христианами, учили их великому, высокому, доброму. И за это мы можем быть только благодарны тем, кто создавал эту великую живопись, где эпизоды Библии играют доминирующую роль. Вспомним, как называли этих людей: я думаю, никто не обидит-

ся, если я напомним, что об этих людях говорили *homo idiotico* — слово *idiotico* означало «неграмотный». Мне кажется, это очень сильно передает смысл газеты, которая делает человека думающим, способным думать. Конечно, газета — это необходимый инструмент для того, чтобы человек сохранил свой багаж знаний и сумел бы его применить к анализу. Если же он не будет получать этих сведений и будет пользоваться только изобразительными картинками, он останется на более низком уровне. И газета, как и церковная живопись, в начале I тысячелетия открывала тайну знаний, тайну движения человечества. Эти церковные тексты и рисунки были важной частью просвещения людей.

Газета — инструмент просвещения

Сегодня, конечно, все изменилось. Человечество научилось читать, писать, думать, но тем не менее функция газеты, конечно, остается той же — создать целостную картину мира, чтобы увидеть, куда он движется. И это каждодневное просвещение человечества — основная задача газеты, она делает прессу необходимым инструментом современного развития. Не случайно сегодня каждая страна, которая хочет продвинуться, создать высокую культуру, овладеть достижениями новейшей техники, заботится о том, чтобы ее граждане могли читать ежедневную газету и успевать за темпом жизни, который растет и в условиях современного общества знаний становится действительно космическим. И здесь газета выполняет свою важнейшую роль: она дает кругозор для понимания развития современного мира. Кроме того, она дает направление не только мыслям, но и действиям людей. И в этом смысле журналистика, и прежде всего газета, является важнейшим институтом современного общества. И не случайно даже сейчас, когда так легко говорят о смерти газет, появляется все больше мнений о том, что газета — это не только и не столько бумага, хотя многие противники газетного дела говорят о том, что бумага теперь не важна, что все есть в компьютерах, в «цифре». И это правильно, компьютеры,

«цифра» позволяют хранить множество важных сведений, знаний, и общество знаний развивается благодаря этому очень быстро. Но повседневный мониторинг не может быть ограничен только Интернетом или электронным письмом. Дело в том, что мониторинг требует осмысления этих событий, и здесь нужны аналитики: это газетчики, это журналисты, это люди, которые не просто следят за событиями, но умеют и оценивать, и делать выводы для человечества. В этом смысле показательна та же газета «Нью-Йорк Таймс». Экономические трудности сегодня потрясают мир и особенно Соединенные Штаты. И в этих условиях американские издатели призывают нас делиться своими знаниями и доступом. Это важное новое качество нашей газеты, которое не связано с бумагой, а связано с институтом газеты, который состоит не в том, чтобы изобразить новость на бумаге, а изучает движение мира и фиксирует те важнейшие проблемы, которые мир решает. И мы, читая газеты, включаемся в очень серьезный и сложный процесс познания мира и получаем способность даже предвидеть события и пути развития мира. Газета — это больше, чем те новости, которые там напечатаны, это огромный объем знаний и способности увидеть, что с нами произойдет, ведь газета готовится к выходу в конце дня, но, когда она выходит, она уже живет в другом дне. И эта способность видеть будущее — замечательное качество именно газеты, института, который ведет постоянный мониторинг событий.

Поэтому я думаю, что разговоры о гибели газеты преждевременны, и считаю, что газета «Московские новости», которая родилась сейчас, в самый разгар споров о том, что газеты умирают, подтверждает справедливость и наших опасений, и нашего стремления поддержать газетный мир. И в этом отношении наши газетчики тоже нашли в себе силы прочитать больше чем обычно.

Газета «Известия» 24 декабря 2010 г. опубликовала статью журналиста Е. Арсюхина «Блогер устал, СМИ — вне конкуренции», который весьма убедительно ответил тем, кто пророчит газете скорую гибель. Его статья, очень критичная по отношению к блогерам, высоко оценивает деятельность современной

газеты. Автор утверждает, что, конечно же, газета развивается, но он не может согласиться с тем, что блогеры собрались похоронить журналистику, противопоставляя журналистике, газете блогеров, которых многие тысячи. Но, подведя итоги блогерской журналистики, наш автор, Евгений Арсюхин, говорит, что эти «могильщики» традиционных СМИ переоценили способность людей к системному самовыражению». Иронизируя по поводу стилистики этих блогеров, он говорит, что уроки развития блогосферы очевидны, они показывают, что блогерам не хватает способности формулировать эти события. Конечно, у блогеров много последователей, но вместе с тем он считает, что уроки блогеров и их провалы очевидны; развалился миф о том, что «настоящим журналистом может стать любой, лишь бы сердце погорячее, а люди, сделавшие это своей профессией, — сплошь продажные вруны». Конечно, журналист «Известий» не может согласиться с такой оценкой. Он и сам честный человек и знает, что другие журналисты — люди честные.

Но проблема не в этом. Проблема в том, что для журналистики нужны профессионалы и что «средство массовой информации как бизнес-проект, как машина, генерирующая новости и мнения, — вне конкуренции, и никакие проекты, рожденные “на коленке”, эту машину не отменяют». Я хотел бы с этим согласиться. Часто новинка заставляет легковесных аналитиков думать что «старое обречено умереть». «Но всегда ошибаемся. Вспомним, что адепты ТВ в 1950-е уже хоронили газеты, а поклонники видеоклипов в 1980-е — живую рок-музыку. А в реальности и новое живет, если может жить, и старое себе место находит. Обновляется. Улучшается». И сила газет здесь не в том, что они выдерживают конкуренцию, а в том, что функции, которые они выполняют, необходимы человечеству. Это память живая и память печатная, память, которая необходима нам для видения перспектив развития мира. Если мы вспомним о наших великих летописцах и о летописях, которые нам сегодня помогают видеть и «утро» человечества, и современное его развитие, мы увидим, что журналистика — это необходимый атрибут современного общества, где информация становится не просто сред-

ством общения, а является инструментом развития и техники, и экономики, и жизни человеческой. Именно это обстоятельство заставляет многих теоретиков и философов называть современный мир информационным обществом.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2011. – № 3 (колонка редактора).

ГАЗЕТА В ЗАЩИТУ ОБЕЗДОЛЕННЫХ

Только что в газете «Гардиан» был опубликован список премий, которые получили английские газеты за свою успешную деятельность в 2010 г. Премии эти были вручены 26 июля в отеле «Савой» в Лондоне. Были объявлены названия газет-лауреатов премии этого года. Нужно сказать, что среди лауреатов были представлены все типы газет: и газеты качественные, серьезные, и газеты бульварные, и газеты специализированные. Английские журналисты очень внимательно следят за развитием профессии. Корпоративный дух, интерес к развитию журналистики поощряет и система премий лучшим изданиям.

В этом году премию «Лучшая газета года» получила газета «Гардиан», а также она получила наибольшее количество наград среди других газет. «Гардиан» гордится этими призами.

Призы получили и другие газеты. В частности, как это ни странно, свой приз получила и газета «Ньюс оф зе уорлд» («Новости мира») – та самая газета Мердока, которая закрылась из-за скандала, связанного с публикацией материалов, которые были подслушаны по телефонам самых разных лиц. Это были и солдаты, погибшие в Афганистане, и девочка, ушедшая из жизни, материалы дневника которой были опубликованы. Словом, английские журналисты полностью показали свои возможности проникнуть всюду, где есть интересные для них материалы, и жюри конкурса на лучшую газету, соответственно, их наградило.

Что тут необходимо было бы специально отметить? «Гардиан» была объявлена «Газетой года» и получила премию во вторник, 26 июля, за публикацию материалов «Викиликс», которые были связаны с утечкой телеграмм, посланных американским посольством. Конечно, это был только повод отметить газету «Гардиан». На самом деле газета «Гардиан», которая ведет рубрику, посвященную средствам массовой информации, является своего рода хранителем лучших традиций английской

прессы. И главный редактор «Гардиан» Алан Расбриджер, конечно, может гордиться успехами этой газеты. Если говорить о том новом, что сделала эта газета, то первый и очень важный шаг заключается в том, что газета отказалась от бумажного варианта и перешла целиком на электронный формат. К этому можно относиться по-разному. Я думаю, что, может быть, еще рано переходить на электронный выпуск газеты, но «Гардиан» это сделала, и это тем более интересно, потому что «Гардиан» — это аналитическая серьезная газета, и, конечно, ее аналитика имеет важное значение для развития общественного интереса к политике и углубленному пониманию различных аспектов современной международной жизни и современной английской политической сцены. В этом смысле «Гардиан» может гордиться тем, что она поддерживает технологические новации и использует их для того, чтобы донести содержание своих материалов до аудитории, которая в Англии охватывает практически все общество, аудитории, пользующейся Интернетом, чтобы получить быструю информацию.

Но не только это отмечалось во время вручения премии. Мне кажется, что еще более интересным было присуждение премии газете «Ивнинг стандарт» («Вечернее знамя») за кампанию в поддержку обездоленных. В ходе этой кампании были собраны миллионы фунтов стерлингов для беднейших англичан, для бездомных, для тех, кто оказался в ходе кризиса в очень тяжелой ситуации. Конечно, этим материалом газета «Ивнинг стандарт» продолжает традиции Чарльза Диккенса, который своими романами («Оливер Твист», «Холодный дом» и др.) продемонстрировал всем тяжелую судьбу беднейших слоев английского населения в XIX в. За это время мир сильно изменился. Изменился уровень жизни в Англии, где, конечно, нет таких домов, которые были описаны Диккенсом, но проблема обеднения английского общества остается чрезвычайно острой. Газета «Ивнинг стандарт» в этом смысле подчеркивает особую роль газет, и даже их ответственность за то, чтобы никто не остался без внимания, чтобы каждый обездоленный получил хотя бы поддержку в газете, и это дало бы ему силы сопротивляться и добиваться улучшения своего положения. Эта премия от-

мечает, с одной стороны, заслуги газеты, а с другой — важность темы бедности, темы преодоления нищеты и ее последствий. Бедность английских детей XIX в. несопоставима с проблемами, которые испытывают английские дети сегодня. Но тем не менее и сегодня есть обездоленные дети, и в этом смысле газета «Ивнинг стандарт», развернув огромную кампанию, привела к тому, что был создан достаточно большой фонд поддержки обездоленных. Объемы этого фонда (несколько десятков миллионов фунтов стерлингов) позволили оказать реальную поддержку английским бедным. И газета здесь выступила как раз в защиту тех, кто не владеет газетой, кто, может быть, с трудом может ее купить, но нуждается в поддержке прессы. И эта благородная гуманистическая миссия была газетой «Ивнинг стандарт» выполнена.

Думаю, что газета «Гардиан», безусловно, заслуживает той премии, которую ей присудили за поддержку технологических новаций, как и газета «Ивнинг стандарт», получившая премию за активную позицию в развитии наступательной и бескомпромиссной журналистики, отстаивающей честь и достоинство людей, лишенных в ходе кризиса тех средств к существованию, которые им необходимы. Это острая и точная оценка трудностей жизни в современной Англии, конечно, делает честь газете и помогает людям, которые оказываются среди этих обездоленных, почувствовать руку помощи. Миллионы фунтов, собранные у читателей газеты «Ивнинг стандарт» подчеркивают гуманизм английских журналистов, английской прессы, которая в своей кампании, не связанной с выборами, с какими-либо торжествами, занимается повседневной, очень кропотливой и трудной работой по оказанию поддержки самым бедным в Англии. Обращая внимание аудитории на положение дел беднейших жителей Лондона, «Ивнинг стандарт» оказывает тем самым реальную, выраженную в достаточно больших цифрах, поддержку для того, чтобы они могли преодолеть трудности кризисного времени.

Думаю, что для нашей прессы пример «Ивнинг стандарт» был бы очень полезен, чтобы газеты не только писали о бедных и неимущих, но и помогали бы им. Отечественные издания

в этом отношении могли бы сделать больше. Церемония награждения лучших газет подчеркнула благородную гуманитарную и гуманистическую миссию прессы, которая не только пишет о разных проблемах, заставляет читателей лучше понимать эти проблемы, но и пытается сама помочь, собирая деньги у тех, кто готов помочь своим соотечественникам.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. — 2011. — № 4 (колонка редактора).

БЕДНОСТЬ, ИНТЕРЕСУЮЩАЯ «НЬЮ-ЙОРК ТАЙМС»

Накануне выборов в Соединенных Штатах все более тщательно изучаются разные аспекты политической и экономической жизни, подводится определенный баланс достижений и упущений президента действующего в сопоставлении с президентом предшествующим. Главное — газеты пытаются проанализировать тенденции развития Америки в это очень важное для страны время и, вместе с тем, увидеть здесь те тенденции, которые могут повлиять на выборы.

В связи с этим обращает на себя внимание статья, опубликованная в «Нью-Йорк Таймс» 13 сентября этого года под названием «Уровень бедности в США вырос и достиг самого высокого уровня». Автор статьи Сабрина Таверниз приводит данные, которые сообщило статистическое управление Соединенных Штатов. Число американцев, живущих в бедности, за предыдущий год доросло до самого высокого уровня с 1993 г. Эти данные статистического бюро были напечатаны накануне и, как пишет «Нью-Йорк Таймс», стали свидетельством того, что восстановление экономики после кризиса идет разочаровывающее медленно и, главное, ничего не сделано для беднейших жителей страны.

«Нью-Йорк Таймс» пишет не обо всех бедных, а о тех, которые принадлежали к среднему классу и перешли в категорию бедных, потеряли важные позиции в социальном статусе и в экономическом положении. Газета приходит к выводу, что за это время страна ничего не сделала для своих беднейших граждан.

Еще 2,6 млн соскользнули вниз и пересекли линию бедности в 2010 г., а это означает, что 46,2 млн человек теперь живут в бедности в Соединенных Штатах. Это наиболее важный момент политической и экономической жизни США, на что и указывает один из представителей статистического бюро, Труди Ренвик, руководитель отдела статистики бедных.

Эта цифра соответствует 15,1% всего населения Соединенных Штатов, что означает увеличение количества бедных на 11,7% по сравнению с десятилетием 2001–2010 гг.

Точка отсчета бедности оказалась очень низкой, и многие американцы, утратившие свой экономический статус, вынуждены менять свои привычки, свои обычаи и сталкиваться с реальными проявлениями бедности. Необходимо подчеркнуть, что «Нью-Йорк Таймс» рассматривает бедность той части американского населения, которая принадлежала к среднему классу. Газету беспокоят проблемы этих людей, поскольку среди ее читателей много представителей среднего класса, поэтому она обращает такое внимание на последствия роста бедности.

Перемены в укладе жизни американского среднего класса

Новые признаки экономического неблагополучия среднего класса и отмечает «Нью-Йорк Таймс». Они проявляются в том, что средние доходы владельцев из числа среднего класса в результате инфляции сократились на 2,3% по сравнению с 2010 г. и составляют 49 400 долл., что на 7% ниже пика 1999 г. в размере 53 252 долл. Таким образом, «Нью-Йорк Таймс» обращает внимание не на бездомных, не на тех, кто уже опустился на низшие общественные этажи, а на тех, кто был сравнительно благополучным и очень сильно пострадал из числа представителей среднего класса.

Средний класс получил ощутимые удары, что не может не сказаться на предвыборной ситуации. Газета отмечает, что доклад, который был опубликован 13 сентября, вышел одновременно с заявлением Обамы о том, что американцам нужно помочь найти работу. В связи с этим Обама издал Билль о работе — *Jobs Bill*.

Анализ говорит, что мрачные цифры уменьшения количества рабочих мест превращаются для него в срочную проблему. Этот момент могут использовать против него республиканцы, которые стремятся сосредоточиться на экономических трудно-

стях и просчетах во время срока Обамы, который уже заканчивается.

Грустный отчет

Еще об одном показателе плохих новостей в экономике заявил Рон Хаскинс, содиректор Центра детей и семьи в Институте Брукинга: «Это будет еще один крест, который придется нести администрации Обамы».

Ежегодный доклад статистического бюро об американской экономике, через год после восстановления экономики, показывает, что бедность и средний уровень доходов незастрахованных американцев стали мрачнее, чем предполагали многие экономисты. Он усилил тревогу, что экономика еще должна пройти долгий путь до того, как семьи среднего класса почувствуют какие-либо улучшения.

Лоуренц Кац, профессор экономики из Гарварда, заявил год спустя после начала восстановления экономики: «Нет никаких признаков, что оно принесет улучшение благосостояния типичной американской семьи». Профессор подчеркивает, что с конца 2010 г. экономика как бы застыла в неподвижной массе воды и остается там до сих пор.

Растущая безработица

«Нью-Йорк Таймс» беспокоит безработица. Газета называет ее движущей силой, которая толкает многих американцев в бедность. Как отмечают экономисты, за прошедший год около 86 млн человек рабочего возраста не работали в течение даже одной недели в году. Ренвик, экономист из бюро статистики утверждает, что число таких людей выросло с 83 млн по сравнению с 2009 г. Это тенденция роста долгосрочной — почти постоянной — безработицы, которая, по словам экономистов, сталкивает семьи с еще большими экономическими рисками.

«Если вы потеряли работу на длительное время, обратный путь будет трудным», — заявляет профессор Кац.

Тревоги молодых американцев

Падение уровня доходов на семью произошло во всех категориях работающих, но было особенно сильным и значительным для самых юных американцев в возрасте от 15 до 24 лет — 9% из них испытали упадок доходов.

По данным статистических центров, средний ежегодный доход для мужчины, работающего полную неделю в течение года, в 2010 г. составлял 47 715 долларов. По существу, он остался тем же (в долларах 2010 г.), что и в 1973 г., когда он составлял 49 065 долл., заявил профессор общественной политики Шелдон Данцигер из Университета Мичиган. Особенно сильные трудности испытывают те, у кого нет образования на уровне колледжа. Речь идет, подчеркнул профессор Данцигер, не о бедных и не о безработных, а о тех, кто работает в течение всего года. Средний работающий полное время мужчина совсем не улучшил своего положения.

Меняется жизненный стиль американцев

В результате падения жизненного уровня многие американцы живут сейчас в домах вместе со своими друзьями и семьей, в то время как в Америке длительное время американцы могли купить себе отдельную квартиру. Теперь им приходится жить с семьей.

Этот процесс начинался и раньше, но сейчас американцы к нему вернулись. Арлок Шерман, старший исследователь центра приоритетов политики заявил: «Мы видим рекордное количество и процентное соотношение американцев в глубокой бедности».

«Нью-Йорк Таймс» очень остро ставит вопрос именно о падении жизненного уровня среднего класса. Здесь не затраги-

ваются проблемы беднейших бездомных и самых бедных людей, а речь идет о тех, кто двигает американскую экономику — о среднем классе. И в этом справедливо можно усматривать очень серьезную слабость американской экономики, в результате чего возникают большие трудности для президента Обамы и его предвыборной кампании, которая будет проходить в следующем году.

«Нью-Йорк Таймс» не так часто пишет о бедности. В данном случае она пишет об этом потому, что представители среднего класса — это те, кто часто читают эту газету. И в этом смысле газета показывает, что она стремится укрепить свои позиции среди читателей и заботится о судьбах среднего класса.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. — 2011. — № 5 (колонка редактора).

«НЬЮ-ЙОРК ТАЙМС» КРИТИКУЕТ ПРЕЗИДЕНТА ОБАМУ, НО ПОДДЕРЖИВАЕТ ЕГО НОВЫЕ ИНИЦИАТИВЫ

В 2012 г. в США и России пройдут президентские выборы. С этой точки зрения интересна редакционная статья в «Нью-Йорк Таймс» по поводу выборов американского президента. «Нью-Йорк Таймс» критикует Барака Обаму за то, что он задержался в объявлении своих планов на следующий срок. Сегодня экономика пошла вниз, и в сочетании с очень сложными идеологическими проблемами создалась ситуация «поддержать или разрушить» средний класс и тех, кто хочет вступить в него. Об этом сказал Обама в речи в Осаватоми в штате Канзас 6 декабря 2011 г. и определил выбор для избирателей. Страна может вернуться к политике, которая открыла путь для богатых, но оставила всех остальных заботиться о себе, создавая то, что Обама назвал «экономикой за ваш собственный счет».

Он подтвердил свое желание и стремление вступить в защиту слабых и поддержать настоящую конкуренцию и обеспечить такое правительство, которое имеет и будет иметь достаточно денег, чтобы защитить слабых и вложить деньги в образование и исследования. Выступление президента с речью в Осаватоми, пишет газета «Нью-Йорк Таймс», противостоит экономической теории, которая в мыслях у каждого республиканского кандидата в президенты и дорогá лидерам этой партии в конгрессе.

Критика рыночного абсолютизма

«Рынок, — говорят они, позаботится обо всех проблемах, если налоги будут низкими, а регулирование будет минимизировано...». «Это на первый взгляд кажется ловко, — сказал Обама, — но это не работает и никогда не работало, ни до Великой депрессии, ни в 1980-х, ни в последнее десятилетие».

«Нью-Йорк Таймс» подчеркивает, что президент повторил свой призыв к богатым — платить больше налогов, чтобы финансовые институты могли быть подвергнуты серьезному регулированию и образование стало бы национальной миссией. Его речь снова мощно объяснила, почему эта политика так необходима. «Доходы тех, кто наверху и составляет 1% населения, — отметил он, — увеличились более чем вдвое за последние 10 лет, в то время как средний доход упал на 6%. Шансы для бедного ребенка попасть в средний класс более чем серьезно уменьшились после Второй мировой войны. Это, — сказал президент, — бросается в глаза, и это вызов всему тому, за что мы выступаем».

Разрыв в доходах бедных и богатых

«Очень редко президент, — говорится в редакционной статье “Нью-Йорк Таймс”, — так открыто и ясно говорит о разрыве в доходах нашей нации. Подчеркивается, что едва ли можно назвать “неамериканским” думать об этом, как это пытается утверждать Ньют Гингрич, который пропагандировал эту идею в своем недавнем выступлении. На деле сегодня это самая острая проблема, которая возвращает нас на столетие назад».

Господин Обама выступал в том же городе, где президент Теодор Рузвельт в начале XIX в. требовал справедливо разрешить эти противоречия. Рузвельт поддержал сильное правительство в роли регулятора бизнеса. Градированная шкала налога на большие состояния, на наследование и преимущество труда над капиталом — это то, что Гингрич назвал «социалистическим и хуже того». Как подчеркнул Обама, все это наносит ущерб американскому обществу. По мнению «Нью-Йорк Таймс», Обама опоздал достигнуть уровня страсти президента Рузвельта и его действия в интересах среднего класса и бедных и потерял многие возможности сократить бремя налогов, сделать его более справедливым и потребовал реальных действий по вопросу о строительстве жилья в условиях кризиса. Он считает, что банки в этом виноваты и подчеркивает это в своей речи. Он энергично борется за реалистический план для американцев — вернуться за работу —

и осуждает каждый шаг республиканцев в противоположном направлении. Кажется, что сожжены, забыты и выброшены старые стремления к компромиссу, и сейчас он полностью ангажирован против философии его оппонентов.

Речь президента на деле, кажется, очень выразительно определила его аргументы против тезиса Митта Ромни, что бизнес, если ему не мешать, может легко дать американцам работу и процветание. «Тедди Рузвельт знал лучше 101 год тому назад, и это очень правильно было услышать из уст президента Обамы».

Выступление газеты «Нью-Йорк Таймс» в поддержку действующего американского президента очень важно прочитать и услышать нашим читателям, нашим аналитикам, нашим экономистам. Мы сейчас тоже задумываемся над тем, как решить проблему экономического кризиса, и у нас тоже очень большой разрыв между бедными и богатыми. И Обама, конечно, прав, что здесь нужно вмешательство государства, нужна поддержка бедных, и в этом направлении должна идти экономическая политика государства. Опыт американцев и предложения Обамы гармонируют с той ситуацией, которая у нас сложилась.

В защиту жертв кризиса

Совет Обамы относится не только к американским политикам, это философия защиты жертв кризиса: нужно добиться большего равенства в обществе, нужно защитить людей, которые особенно страдают от кризиса и от роста безработицы. Это острая проблема для Америки. Она существует и у нас. В год, когда выборы проходят и в России и в Америке, борясь с трудностями и опасностями, которые угрожают и России и Америке, полезно использовать лучшие рецепты из нашей и американской практики. В этом отношении речь президента Обамы в Осаватоми показывает нам и общность проблем, и возможную общность разрешения этих проблем.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. — 2011. — № 6 (колонка редактора).

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ РОССИИ

СМИ в современной структуре русского общества

Тенденции функционирования СМИ в современной структуре русского общества

Десять лет развития демократии в России весьма наглядно проявились в сфере печати. Концепция свободы печати стала сегодня здесь общепринятой. Можно сказать, что в результате демократических преобразований в России стало глубже понимание самой свободы печати.

Свобода печати — свобода мнений. Свобода печати утвердилась как свобода выражения мнений, как политическая свобода, как возможность свободно говорить и выражать свои мысли. Свобода печати как политическая концепция укрепилась и укоренилась в сознании россиян.

Вместе с тем свобода печати стала серьезным вызовом для русских журналистов, для средств массовой информации. Выяснилось, что политическая свобода печати еще не означает возможность всегда свободно выражать свои мысли, идеи. Все более отчетливо выявляется экономическая сторона свободы печати. Для того чтобы газеты, журналы, радио и телевидение свободно функционировали, они должны опираться на здоровый экономический фундамент. В экономической сфере выявились трудности для развития свободы печати.

Предпосылки для экономических трудностей прессы были заложены еще в советское время, когда печать была высокоприбыльной, но доходы от издания газет и журналов шли в кассу партии, в кассу профсоюзов, комсомола и других общественных организаций; наконец, в государственную кассу, но не вкладывались в развитие инфраструктуры средств массовой информации. Демократическая Россия оказалась без информационного капитала, оказалась информационно бедной и экономически незащищенной.

За десять лет все экономические проблемы свободы печати решить не удалось в силу того, что экономика России испытывала большие и серьезные трудности, которые, естественно, отражались и на средствах массовой информации. Отсутствие инвестиций, высокие цены на бумагу, доставку и печатание затрудняют развитие рентабельной прессы. К сожалению, медленно развивается и рекламный рынок. Кроме того, существуют трудности субъективного характера. В погоне за аудиторией, за расширением тиражей газеты пошли на снижение стандартов качества; появилось много информации легковесной, рассчитанной на сенсации, часто дутые. Словом, свобода печати столкнулась с испытанием не только экономикой, но и этическими нормами.

Политическая свобода печати означала прежде всего свободу от цензуры, которой печать добилась: цензура запрещена законом. Но оказалось, что действовать по принципу «свобода есть — ума не надо» неразумно и опасно. Свобода может быть реализована только тогда, когда она тесно связана с ответственностью. Свобода и ответственность неразделимы. Между тем, в нашей журналистике недостоверность, неточность сведений, легковесность способствовали утрате доверия к прессе со стороны значительной части аудитории. Разочарование читателей способствовало углублению кризиса прессы, потере вместе с доверием читателей и подписки на газеты, и просто внимания к газетам. Тиражи газет резко упали. Эти проблемы выяснились уже в первые годы развития демократической России.

На этом пути были не только поражения, но и определенные шаги вперед. Для того чтобы их рассмотреть, надо оглянуться назад и внимательно посмотреть, как шло развитие российской журналистики. Бросается в глаза, что при падении тиражей газет их число увеличивалось. Особенно существенно выросли тиражи местных газет. В небольших городах, таких как Киржач или Сергиев Посад, издается несколько газет. Своеобразный количественный «взрыв» в развитии печати, конечно же, изменил контуры журналистики и расширил возможности получения информации.

Ситуация в России развивалась неравномерно, и можно в самом грубом виде определить несколько этапов этого развития.

Первые три года были заняты освобождением от старых традиций и форм. Печать, которая была орудием партии, после распада советской системы и запрещения КПСС стала свободной от внешнего давления. Этот период ознаменовался становлением нового журнализма и новой журналистики, основанной на плюрализме и независимости от государства.

Здесь я выделил бы две модели журналистики. Первая – *перестроечная*, связанная прежде всего с именем первого и единственного Президента СССР М. С. Горбачева. В перестройку советская печать стала инструментом критики бюрократии, командно-административной системы, инструментом демократизации. Журналисты думали и писали свободно. Но вместе с тем сохранялась руководящая роль партии, и печать способствовала осуществлению демократизации сверху. Это была *инструментальная* модель журналистики; она отличалась от советской модели тем, что в руках Горбачева и его сторонников она была инструментом демократизации, но все-таки под управлением партии и государственных органов.

За этим последовало принятие 12 июня 1990 г. Закона о печати, а затем, после неудавшегося августовского путча, Коммунистическая партия была запрещена, и печать компартии, как и других общественных организаций, перешла в руки журналистов. Возникла новая модель журналистики: печать стала считать себя «четвертой властью». Журналистика противопоставила себя государству; она добивалась и добила независимости от государственных структур.

В 1991–1993 гг. журналистика пережила «золотой век» свободы, который завершился, однако, по экономическим причинам. Экономические реформы оказались очень трудным испытанием для прессы. Монопольные цены на бумагу, распространение, полиграфию резко увеличили расходы и сделали прессу практически нерентабельной или малорентабельной. Цены на газеты выросли, тиражи газет и журналов упали. Пресса стала плюралистичной и горизонтальной. Исчезла вертикаль, пирамида, на вершине которой был печатный орган ЦК КПСС «Правда»,

а в самом низу — районные газеты. Теперь каждая газета считала себя главной и не подчинялась чьим-либо прямым директивным указаниям.

Экономические трудности потребовали новых инвестиций в газеты и журналы, в средства массовой информации. Государство пыталось оказывать поддержку субсидиями на печать и бумагу, но этого было недостаточно. Журналисты вынуждены были обратиться к возникшим к этому времени мощным экономическим структурам — банкам и корпорациям. В результате контроль над большинством газет и журналов перешел в их руки.

На первых порах владельцы не оказывали серьезного давления на редакционные коллективы. Перелом произошел в 1995—1996 гг. — перед президентскими выборами. Владельцы крупнейших информационных концернов объединились для поддержки Ельцина, и в России вновь возродилась *авторитарная* модель журналистики. Но теперь журналистикой управлял не Агитпроп ЦК КПСС, а крупные бизнесмены. Возникла своего рода информационная олигархия, которая стремилась привести на пост президента своего кандидата, которым был Б. Н. Ельцин.

Эта новая модель средств массовой информации — *корпоративно-авторитарная* — сработала во время выборов. После победы на них стали «делиться» ее «плоды». Березовский укрепил свои позиции в ОРТ, Гусинский получил право вещать на четвертом канале для НТВ с шести часов утра до шести часов вечера, заняв, таким образом, этот канал полностью.

Но единый фронт информационных магнатов продержался недолго. Приватизация Связьинвеста разрушила единый фронт медиакорпораций и заставила их вступить в информационную войну. В конце концов сформировались две мощные группировки: одна — вокруг Березовского и принадлежащих ему средств массовой информации, вторая — вокруг холдинга «Мост-Медиа». Таким образом, появилась еще одна, как бы складывающаяся из двух, модель журналистики: с одной стороны, был *корпоративный бизнес*, с другой — *свободная от корпораций пресса*, которая была в явном меньшинстве.

Накануне новых выборов президента в 1998—1999 гг. эта борьба настолько обострилась и аппетиты олигархов настолько

возросли, что Гусинский и Березовский пытались представить свои концерны как политические партии, которые хотели поставить на место президента своего человека.

После выборов 2000 г. новое падение авторитета средств массовой информации углубилось; оно было связано, с одной стороны, с очевидной их политизацией и, с другой — с коммерциализацией их. Администрация президента Путина выдвинула концепцию укрепления государственных средств массовой информации, и возникла новая модель средств массовой информации — *подконтрольных государственных СМИ*. Этому способствовало создание Министерства печати, телерадиовещания и массовой коммуникации, которое стало играть важную роль в укреплении консолидации контролируемых государством средств массовой информации. «Российская газета» была передана в ведение этого министерства. ВГТРК стала играть все более важную роль в управлении входящими в нее местными телевизионными и радиоккомпаниями. В Интернете было создано информационное агентство «Страна.ру», которое представляет официальные версии и, кроме того, располагает специальными отделами, посвященными семи федеральным округам. Под контролем государства остались также национальные каналы — первый и второй — РТР, а также «Культура» на пятом.

Развитие этой модели соответствовало стремлению укрепить вертикаль управления в России. Одновременно развивалась и новая модель средств массовой информации в регионах, где газеты, журналы и телевидение разделились на частные и принадлежащие местным властям. А они, используя административный ресурс, стремились превратить средства массовой информации в свою вотчину.

Параллельно с этими высокополитизированными моделями (перестроечной, инструментальной; «четвертой власти»; корпоративно-авторитарной; смешанной — корпораций и свободы печати; государственной и местной муниципально-государственной) развивалась модель коммерциализированных средств массовой информации, которые включали в себя массовую и откровенно бульварную, «желтую» журналистику, отличающуюся к тому же достаточно высокой прибыль-

ностью. В отличие от первых шести эта модель была высокодоходной.

Все эти сложности определили трудности и журналистской деятельности. Журналист оказался на «ничейной земле» — между этатизмом и давлением государственных структур, с одной стороны, и вседозволенностью коммерческих структур — с другой. Это привело к дальнейшему падению авторитета журналистики и журналистов.

Одновременно с процессом политизации и коммерциализации развивалась российская медиапромышленность. Газеты, журналы, радио и телевидение стали важной и неотъемлемой частью российской экономики, в которую поступают российские и иностранные инвестиции, которые в свою очередь генерируют новые доходы и новые финансовые потоки.

При всех трудностях СМИ внесли серьезный вклад в развитие рыночной экономики — может быть, даже больший, чем другие институты. Быстрое развитие рекламного рынка средствами массовой информации было одним из наиболее важных и значительных проявлений новой российской экономики, своего рода ее новым и очень заметным символом. Но вклад средств массовой информации в рыночную экономику не ограничивался только рекламой. Сами по себе средства массовой информации стали агрессивным и влиятельным игроком в трудной и противоречивой эволюции российской экономической сцены.

Бурное развитие печатных и аудиовизуальных СМИ быстро превзошло устаревшие индикаторы советских *медиа*, создавая новые рабочие места и множество новых предприятий — таких, как информационные агентства (число их превысило тысячу), пресс-синдикаты, программные телевизионные компании, изготавливающие разные виды продукции для телевидения.

Таким образом, несмотря на огромные трудности, связанные с отсутствием информационного капитала, получил развитие рынок информации, рынок рекламы, возникла медиапромышленность, включающая как каналы доставки информации, так и промышленность, обеспечивающую их содержательной продукцией. Созданы были крупные корпорации, которые условно можно разделить на три категории: политически мотивирован-

ные, ориентированные на извлечение политического капитала и движимые исключительно коммерческим интересом. Анализ доходности средств массовой информации показывает, что неполитически мотивированные средства массовой информации сумели добиться доходности и стали прибыльными, в то время как политически мотивированные этой прибыльности достигнуть не могут.

Следует отметить существенный рост информационных технологий. Благодаря усилиям холдинга «Мост-Медиа» получило развитие спутниковое телевидение, представленное компанией «НТВ плюс». Серьезным фактором стал Интернет, несмотря на то что доступ к нему ограничен, число подключений относительно невелико и не превышает 2 млн, а максимальное число пользователей – 10 млн. В Интернете размещены сайты сотен российских газет, радио и телевизионных каналов, получивших таким образом доступ к глобальной аудитории. Показателен в этом отношении пример владимирской газеты «Молва» с тиражом 8 тыс. экземпляров: ее электронную версию в Интернете посещают около 8 тыс. читателей в месяц из 35 стран.

Десять лет российской демократии создали условия для развития свободной печати и свободных медиа, открыли доступ к новым информационным и коммуникационным технологиям, тем самым способствуя созданию разветвленной информационной индустрии и новой медиакультуры.

Каким бы сложным ни был российский путь к свободе печати, этот процесс необратим. Несмотря на политические, экономические, культурные и профессиональные трудности этого вызова свободы, достижения в создании свободных средств массовой коммуникации и информации очевидны и видны невооруженным взглядом. Однако и после десяти лет демократического опыта и свободы печати возможен поворот к новому, этатистскому авторитаризму, соединенному с заявлениями о свободе прессы, – новый поворот к порочному кругу инструментальной пропагандистской концепции журналистики и медиа. Опасность медиаэтатизма, сочетающегося с журналистской вседозволенностью, слишком очевидна, чтобы ее проигнорировать.

Свободе печати в России угрожают давление правительства, экономическая неэффективность, безответственность медиакоролей и практика журналистской вседозволенности со стороны безответственных медиапрактиков. Но жизненность новых демократических традиций настолько сильна, что она достаточна для того, чтобы справиться с этими трудностями.

Свобода печати глубоко укоренилась в российском обществе как таковая, принята как аксиома российскими гражданами — от президента до читателей газеты «Мегаполис-экспресс».

Журналистика и общество: балансируя между государством, бизнесом и общественной сферой

Российские медиа в двадцать первом веке: вверх по лестнице, ведущей вниз

«Вверх по лестнице, ведущей вниз» — так назывался известный роман Белл Кауфман, внучки Шолома-Алейхема. В известном смысле эти слова отражают тенденцию развития наших средств массовой информации сегодня, в самом начале двадцать первого века. Кажется, что СМИ возвращаются в определенной степени к вертикали, которую пытаются выстроить медиамагнаты, местные и федеральные власти для решения своих проблем. Хотя, на первый взгляд, СМИ двигаются в новом направлении вперед, в действительности это — движение уже по достаточно хорошо накатанной дороге. Хотелось бы, чтобы эта дорога не привела их туда же, в тот же подвал, где они в свое время оказались. Будем надеяться, что, подобно тому как мальчишки в московском метро ухитряются бегать вверх по эскалатору, двигающемуся вниз, средства массовой информации смогут преодолеть противоборствующие свободе печати тенденции. Задача, которая перед ними стоит, трудна, но тем не менее выполнима.

Публичная сфера и СМИ в России

Говоря о прошедшем десятилетии, о начале нового столетия и тысячелетия, можно выделить основные аспекты пройденного пути, попытаться осмыслить процессы, которые происходят в российских средствах массовой информации.

Существуют несколько современных теорий демократического общества, разработанных философами различных направлений. В отношении средств массовой информации наиболее часто используется концепция известного немецкого теоретика и философа Юргена Хабермаса относительно публичной сферы. Собственно, у Хабермаса речь идет об «*Offentlichkeit*», что на русский язык переводится как «общественность, публичность, гласность, общественное мнение, открытость»¹. На английский, а затем и русский язык этот термин Хабермаса переведен как «публичная сфера». Используя его, исследователи и разрабатывают современную концепцию роли средств массовой информации в обществе. Она важна для российской действительности, поскольку мы тоже действуем в условиях демократического общества, в условиях развития по направлению к демократии. В связи с этим обращают на себя внимание некоторые обстоятельства.

Во-первых, Хабермас исходил из того, что впервые общественная сфера возникла в Англии в XVIII в., и считал местом, где эта общественная сфера впервые наиболее активно проявила себя, кофейни. Люди собирались там, обсуждали политические вопросы и делали на основании этого выводы, заполняя тем самым общественное пространство между правительством, властью, гражданами и создавая таким образом зону выявления, проявления, осуществления общественного интереса, по определению Ю. Хабермаса, общественную сферу.

Во-вторых, сегодня общественная сфера существует в каждой демократической стране и воспринимается по-разному. Для того чтобы она успешно функционировала в современных условиях, считается необходимым иметь наряду с частными средствами

¹ Большой немецко-русский словарь / Под ред. д-ра филол. наук, проф. О. И. Москальской. — М., 1980. — Т. 2. — С. 167.

массовой информации общественные СМИ. О государственных в большинстве демократических стран речь не идет, поскольку существует уверенность в том, что демократия и государственные средства массовой информации, по крайней мере теоретически, несовместимы. Поэтому-то речь и идет о том, что в условиях развитой общественной сферы особую роль должны играть так называемые публичные, общественные, или, как иногда их еще называют, общественно-правовые средства массовой информации, в первую очередь публичное или общественно-правовое телевидение и радиовещание. Развиваются они в разных странах по-разному, но обычно для них необходима финансовая, хотя бы частично, независимость от рекламодателей. Такое вещание опирается на абонентскую плату, иногда на поддержку государства. С этой точки зрения интересно посмотреть и на развитие наших средств массовой информации.

В России в сфере вещания существует довольно мощное присутствие государства. Хотя подавляющее большинство теле- и радиостанций частные, тем не менее самые мощные телевизионные каналы — государственные компании. В этом мы несколько отличаемся от других стран. У нас имеются по крайней мере два общенациональных канала — ОРТ и РТР, которые представляются государственными. В течение двухтысячного года они развивались достаточно интересно, что было особенно заметно на фоне конфликта между государственными органами и НТВ — частным каналом. Часть журналистов НТВ перешла в РТР. И если говорить о стиле журналистики, то, мне кажется, что изменения, которые в РТР происходят, стиль, который появляется на РТР, — все это переходит из НТВ. Можно даже сказать, что происходит «энтевизация» РТР: канал во все большей степени приближается к высоким профессиональным стандартам НТВ — частного канала. Одновременно наблюдается и движение к тому, что можно было бы считать общественно-правовым телевидением: если бы канал РТР открыто не демонстрировал свое стремление, иногда просто прямолинейно, поддерживать акции государственных учреждений, он мог бы называться общественным.

Эволюция государственных каналов в общественно-правовые, в принципе, возможна. Скажем, во Франции в 1958 г.,

когда генерал де Голль пришел к власти, ОРТФ — Французское телевидение — было государственным. Но постепенно оно эволюционировало, и сегодня там создан Высший аудиовизуальный совет, который каналы, принадлежащие государству, подчинил интересам всех граждан, всего общества, сделал их общественно-правовыми, общественными, публичными институтами.

Конечно, было бы хорошо, если бы наш канал РТР эволюционировал в этом направлении — и уже какие-то перемены в этом отношении имеются. Интересно, что руководитель ВГРТК О. Б. Добродеев высказался на страницах негосударственной «Новой газеты» в том плане, что неплохо было бы иметь и на РТР общественный совет. Я не знаю, насколько далеко идут планы в отношении преобразования РТР в общественно-правовой канал, но в интересах демократического развития гражданского общества было бы, конечно, правильно и необходимо сделать именно этот канал общественно-правовым. Финансовые трудности здесь, правда, имеются, по тем не менее возможность решить эту проблему существует. В этом случае у нас общественная сфера получила бы определенное сущностное наполнение: был бы канал, который представлял все слои общества. Собственно говоря, государственный канал и должен представлять все слои общества, но в России он считается президентским, правительственным, что в общем неправильно: существующий на деньги налогоплательщиков канал должен и отражать общие интересы.

В России существуют тенденции, которые не зависят от желания администраторов. К их числу относится необходимость создания общественной сферы. Она объективно существует и проявляется в разной степени и на нашем телевидении. Собственно; выдвинутая М. С. Горбачевым концепция гласности была первым и важнейшим шагом на пути развития общественной сферы как важнейшего элемента демократизации страны.

СМИ и власть

Самым сложным моментом в развитии нашего телевидения в последнее время были отношения между НТВ и властью,

которые в конце концов привели к очень интересной встрече Президента РФ и журналистов компании. Этой теме мы еще сможем коснуться в связи с проблемами российской журналистики в русле новых традиций.

Эволюция наших средств массовой информации за последние десять лет привела к появлению упомянутых выше моделей журналистики в России².

Первая и основополагающая советская модель — *инструментальная*; ее иногда называют *авторитарной*. Особенность этой модели в том, что средства массовой информации являются инструментом в руках власти, партии и правительства и проводят ее линию. В определенных условиях инструментальная модель может способствовать ликвидации «троцкистских двурушников» и других «недостойных элементов», как было, скажем, в 1937–1938 гг. В других случаях она может способствовать развитию перестройки — в руках М. С. Горбачева, например, работала в интересах гласности. Гласность была проявлением эволюции первой модели наших средств массовой информации. Это была та же инструментальная модель, которая трансформировалась в интересах демократизации общества.

Следующая модель возникла после принятия Закона о средствах массовой информации, когда появилась возможность создания прессы, не являющейся чьим-либо «инструментом». Тогда, 22 августа 1990 г., была создана радиостанция «Эхо Москвы», а идея ее создания возникла в стенах факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. Почти тогда же, 21 декабря 1990 г., появилась «Независимая газета». Родилась новая модель российской печати — печати, действующей в условиях свободы, печати, которая считала себя *«четвертой властью»*.

Увы, этот период и вторая модель — свободной журналистики, претендовавшей на роль четвертой власти и настаивавшей на том, что она свободна от государства, — просуществовали, к сожалению, недолго. Экономические трудности заставили журналистские коллективы пойти на поиски финансовых средств,

² См.: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. — 2001. — № 1. — С. 10-16.

и тогда у газет появились новые владельцы, которые стали оказывать серьезное влияние на журналистику. Дело в том, что в советское время не было информационного капитала: большие деньги, заработанные прессой, шли в партийную, комсомольскую и профсоюзную кассы, но не на развитие средств массовой информации, и потому СМИ оказались у «разбитого корыта». Им пришлось искать новых хозяев, и эти хозяева появились — банки, корпорации. Они вели себя очень спокойно примерно до 1995—1996 г., когда возникла новая политическая ситуация, связанная с выборами президента.

Выборы президента в 1996 г. выявили еще одну модель. Новые владельцы средств массовой информации — Б. Березовский и В. Гусинский вместе с А. Чубайсом — решили, что надо избрать Б. Н. Ельцина на пост президента на новый срок. Тогда и показала себя третья модель нашей журналистики — *корпоративно-авторитарная*, когда крупные корпорации стали действовать по принципам советской журналистики, или инструментальной модели. Только теперь журналистика была в руках не партии, не правительства, а богатых владельцев, мощных финансовых группировок, которым СМИ были нужны для того, чтобы избрать Б. Н. Ельцина на новый президентский срок. И они в этом преуспели. После этого новая модель в каком-то смысле восторжествовала, но затем конфликт вокруг Связьинвеста привел к расколу в среде объединенной корпорации средств массовой информации, и начались так называемые информационные войны, в условиях которых создалась новая, четвертая модель, где сосуществуют *корпоративная журналистика* и *свободная пресса*.

Конечно, корпорации действуют по-разному в разных условиях и направлениях, так что их можно разделить на политизированные и коммерческие. Безусловно, политизированной была группа средств массовой информации вокруг Березовского. Я сказал бы, что промежуточную позицию занимал холдинг «Мост-Медиа», у которого были и политические цели, но все-таки главными оставались интересы экономической и информационный. Появились и остаются корпорации, в основном заинтересованные в экономическом рынке, скажем, такие как «Экономическая газета» — концерн, достаточно успешно дей-

ствующий еще и сегодня. Эта новая модель сочетала корпоративную и некорпоративную, можно сказать — свободную, прессу.

В 1999 и 2000 гг. произошли новые изменения: собственно корпоративная журналистика продолжала свои войны и в связи с выборами президента, но после завершения избирательных кампаний появились новые тенденции, и была предпринята попытка создать новую, пятую, модель, в которой государство играло бы более важную роль. Речь шла о развитии *государственного* компонента средств массовой информации, государственной составляющей. Это было в каком-то плане возвращение к инструментальной модели, которая действовала при Горбачеве, в период перестройки, и, хотя развитие этой модели не завершилось, укрепление государственных СМИ стало важным моментом развития средств массовой информации в 2000 г.

Это развитие шло на двух уровнях: на общероссийском, где укрепились позиции ВГРТК, ОРТ и РТР, ослабло влияние олигархов, и на местном. В этом смысле произошла в какой-то степени «деолигархизация» средств массовой информации: сами олигархи оказались за пределами нашего государства. Возникла очередная, шестая модель — *местных* средств массовой информации, на которые местная администрация пытается воздействовать достаточно активно. Таким образом, развиваются как бы две параллельные структуры: с одной стороны, общероссийская государственная и, с другой — местные СМИ, подпадающие под влияние местных властей.

Изучение местных средств массовой информации показывает, что губернаторы и мэры действуют достаточно активно, а сама местная модель определяется еще одной интересной особенностью: там выделяются мэрская и губернаторская печать. В свое время Н. С. Хрущев хотел создать две партии — сельскую и городскую, и вот они как бы существуют сейчас в прессе: сельская — это губернаторская, и городская — мэрская. Они соперничают между собой, а иногда и враждуют, что помогает, конечно, развитию плюрализма в прессе, но одновременно отражает излишнее влияние властей на средства массовой информации, хотя здесь, может быть, и проявляются интересы разных слоев населения.

Процветает и единственная прибыльная «модель» нашей журналистики — *коммерческая*. Бурно развиваются всякого рода коммерческие издания, их много, и они приносят доходы. Изучение экономических показателей различных изданий показывает, что чем менее политизированы они и концерны, ими владеющие, тем более они прибыльны.

В 2000 г. проявилась большая усталость аудитории от политизации СМИ, что было результатом предвыборных кампаний, а также сложного и трудного экономического положения средств массовой информации. Недостаток рекламы, инвестиций мешает развитию хотя бы относительно независимой журналистики, которая могла бы добиться автономии журналистов и редакций по отношению к своим владельцам.

Президент и журналисты

Для понимания сегодняшних отношений власти и журналистов важное значение имела встреча Президента РФ В. В. Путина с сотрудниками НТВ. Комментируя эту встречу, главный редактор «Новых Известий» И. Н. Голембиовский сказал: «Я не могу себе представить, что американский президент пригласит журналистов и будет с ними четыре часа беседовать». Правда, как тут же сообщила газета «Ведомости», президент США Джордж Буш сказал по аналогичному поводу, что он с удовольствием заткнул бы глотку некоторым из журналистов. Но трудно себе представить и другое — западную компанию СМИ, где журналисты говорили бы, что они без своего владельца не только не проживут — они его любят.

В газетной империи Р. Мердока единственное чувство, которое по отношению к медиамагнату испытывают даже главные редакторы, — это чувство страха. У каждого главного редактора изданий Мердока в служебном кабинете стоит телефон прямой связи с ним, и, когда он звонит, у редактора наступает предынфарктное состояние. Я присутствовал при встрече Мердока со своими журналистами, и они мне об этом говорили. Правда, этот телефон почти никогда не звонит: редакторы и журна-

листы знают, что нужно делать, чтобы этот телефон молчал. Но любви к Мердоку они не испытывают.

Существует иная ситуация, когда журналисты автономны. В этом случае они знают, что владелец добивается своих доходов, хочет, чтобы у него были прибыльные издания. Если сегодня ему выгодно поддерживать консерваторов, он будет их поддерживать в редакционных статьях. Если будет выгодно поддерживать лейбористов, он будет поддерживать и их. Дальше этого дело не идет.

Я думаю, что встреча В. В. Путина и журналистов НТВ была очень интересной и полезной. Новые процессы идут в нашей журналистике, и мне кажется важным, что журналисты стали иначе разговаривать с президентом, и президент с ними иначе разговаривал. Даже такой замечательный президент-демократ, как М. С. Горбачев, все-таки заставил В. Старкова встать на совещании главных редакторов в ЦК КПСС и сказал ему достаточно грубые слова. Президент В. В. Путин никого не учил, он вел диалог, но и журналисты держались самостоятельно.

Эта встреча демонстрирует определенный уровень развития гражданского общества — с разным успехом, на разных полюсах — на полюсе государственном, на полюсе частном. Журналисты уважительно разговаривали с президентом, но они защищали свои взгляды. Состоялся разговор серьезных журналистов и серьезного политика, главы государства.

Хотелось бы надеяться, что этот диалог будет расширен, во всяком случае, он открывает новые возможности. Хотя сдвиг в решении юридических и финансовых проблем не произошло, но коммуникация — это главное и необходимое условие для установления взаимопонимания — коммуникация между президентом и журналистами произошла. Она не привела к развитию дружеских отношений, но дружбы и не требуется между властью и средствами массовой информации. Естественное состояние средств массовой информации — быть оппонентами власти; можно сказать — оппозицией, но оппонентами власти — точнее. И журналисты оставались этими оппонентами. Главное достижение этой встречи в том, что президент признал: они и должны быть оппонентами, критиками. Другое дело, насколько здесь соблюдаются иные, прежде всего этические аспекты.

Экономический тормоз

Один из главных моментов, который затрудняет развитие журналистики, — это неупорядоченность экономической жизни в стране. Свобода мнений, свобода слова существуют. Но есть другой аспект современной журналистики: средства массовой информации — это промышленность, и без ее нормального функционирования не может существовать свободная журналистика. Это важная тема для нового разговора, но прежде всего — для новых исследований.

Наши средства массовой информации нуждаются в том же, что и наша экономика, — в свободе предпринимательской деятельности. Если говорить о достижениях последних десяти лет, — это, конечно, свобода печати, свобода слова, свобода передвижения по миру и свобода предпринимательства. Наша главная трудность сегодня — в сфере свободы предпринимательства. К нам не идут инвестиции: не верят западные предприниматели, что смогут свободно обращать здесь свои капиталы. Конечно, Т. Тернер и Дж. Сорос — смелые люди, они готовы купить НТВ, но они просят гарантий. А надо, чтобы не нужно было ни у кого просить гарантий для того, чтобы создать свое предприятие, пусть это будет предприятие по производству кока-колы или по выпуску газет, журналов и телевидения. Конечно, средства массовой информации требуют особого регулирования, особого подхода — никто с этим не спорит, но предпринимательская деятельность должна быть свободной.

Мне кажется, будущее нашей журналистики, наших средств массовой информации зависит от успеха экономических реформ — от того, чтобы наша экономика стала действительно свободной, рыночной. У нас пока что много говорят об управляемой демократии. Но гораздо опаснее управляемая административными методами экономика. Конечно, в период президентства Б. Н. Ельцина вмешательство государства принимало одиозный характер: за победу президента на выборах НТВ получило право на вещание телеканала с утра до вечера. Сейчас такого нет, но тем не менее вмешательство государства еще слишком велико, и оно проявляется в сфере средств массовой информации

на всех, кстати, уровнях – на уровне не только, скажем, НТВ, но и местных СМИ, где оно имеет еще более грубый характер.

Новый стиль российской журналистики

Сейчас я хотел бы подчеркнуть еще некоторые обстоятельства, которые радикально изменили лицо нашей журналистики. Прежде всего это – создание информационно-коммуникационной промышленности, в которой появились и по-новому работают совершенно новые отрасли, такие как реклама, паблик рилейшнз, маркетинг. Появился новый вид распространения журналистской продукции – электронные версии СМИ, которыми обзаводятся телевизионные каналы, радиостанции, газеты, журналы. Сегодня ведущие теленовостей отсылают за подробностями в Интернет.

Новым элементом российских СМИ стали электронные газеты и информационные агентства, которые расширяют свою аудиторию, а иногда даже пытаются конкурировать по оперативности и скорости сообщения новостей с телевидением. Изменились структура доходов, экономика и методы управления в СМИ. Хотя еще сохраняются старые привычки, но редактор современной газеты думает сейчас больше не о том, как получить благословение губернатора или президента, а о том, как найти путь к сердцу и кошельку читателей и рекламодателей.

В этом смысле мне показалось очень знаменательным выступление главного редактора газеты «Челябинский рабочий» Б. Н. Киршина на конференции по маркетингу: он рассказывал, как удалось добиться повышения тиража. Газета использовала «фокус-группы», опросы читателей, чтобы понять и удовлетворить их интересы, достигая за счет учета этих сведений в информационной и рекламной политике газеты повышения ее тиража и популярности. Если редактор бывшей партийной газеты, ставшей теперь демократическим изданием, говорит о «фокус-группах» и об опросах читателей, это отражает весьма значительные изменения в его менталитете. А главные редакторы – это часто самый консервативный слой, они, может быть, по характеру своей управленческой работы консервативны – им приходится направлять

пыл и порыв молодых. Все это свидетельствует о том, что происходят серьезные сдвиги в развитии журналистского сообщества.

За десять лет мир средств массовой информации существенно изменился по структуре, финансированию, экономике и по внешнему виду, хотя изменения внешнего вида меньше всего сказались на нашей ежедневной прессе. В больших количествах издаются глянцевые журналы, но у нас очень медленно развивается цветная печать, и в этом отношении мы очень сильно отстаем даже от наших соседей на постсоциалистическом пространстве. Когда-то польские журналисты говорили, что два самых веселых барака в социалистическом лагере — советский и польский, но сейчас они существенно различаются по качеству газет. В Польше даже газеты уездного уровня издаются в цвете, и там имеется большой набор рекламы, разбитой на изящные рубрики для разных категорий читателей-покупателей. Так выглядят местные газеты в Закопанах. Этот курортный центр, может быть, и не очень типичен, но тем не менее в Москве такое качество оформления почти не встречается. Наши же и районные, и областные газеты пока к этому, может быть, и движутся, но медленно, хотя тот подъем, который происходит, говорит о движении вперед, очень важен.

За последнее десятилетие в наших средствах массовой информации появились новые параметры и направления: развиваются реклама, система паблик рилейшнз, маркетинг, электронная журналистика. Появились новые коммуникационные моменты в информационной политике. Все это представляет новые явления в нашей журналистике, которых не было десять лет назад. Конечно, появились новые психологические проблемы современной журналистики — стрессы и все прочее, что коснулось всех граждан России, хотя это не так все однозначно и требует серьезного и кропотливого анализа.

Взгляд в следующее десятилетие

В начале века я хотел бы представить себе, как будет развиваться наша журналистика — если не в двадцать первом веке, то

в ближайшие десять лет. Многие размышляют над этим, а наиболее смелые газеты даже печатают материалы о том, какой будет Россия в следующие десять лет. В газете «Московский комсомолец» 23 января 2001 г. были опубликованы прогнозы господина А. Ципко — это, естественно, прогнозы очень серьезные, предрекающие изменения политической системы. Но рядом был помещен также веселый, озорной и очень задорный прогноз Виктора Ерофеева, автора «Русской красавицы» и других популярных книг, который считает, что в России есть два течения: одно любит жизнь, «чтобы было много всего», другое — контрпродуктивное. Это самоубийства, наркомания, водка, и потому В. Ерофеев говорит о том, что Россия двоятся, тройтся, и трудно предсказать, что произойдет. Александр Зиновьев рассуждает о повышенной живучести России и россиян, но он очень пессимистичен. Георгий Сатаров предлагает два сценария. Согласно первому, режим не самосовершенствуется, усилится роль государства, оно попытается его воссоздать на старых материалах — построить новое здание из строительного мусора. Согласно второму сценарию, режим самосовершенствуется и будет развиваться в демократическом духе.

Если же говорить о развитии российской журналистики, то мне представляются три варианта. Первый — оптимистический: удачные экономические реформы создадут цивилизованный, социально ориентированный рынок, средства массовой информации получат экономическую поддержку более платежеспособной и образованной аудитории, более плюралистичного и разнообразного рекламного рынка. В результате вырастут тиражи более качественных газет и в целом произойдут деполитизация и декриминализация журналистики. Публичная сфера получит серьезное наполнение.

Второй сценарий — пессимистический. Роль государства возрастет настолько, что средства массовой информации превратятся в симбиоз пропаганды и паблик рилейшнз с одновременным выплеском бульварных изданий — от астрологических прогнозов до мягкого, а может быть, и жесткого порно. Публичная сфера сузится.

По третьему сценарию застойные явления в экономике продлят застойную ситуацию в средствах массовой инфор-

мации, которые попытаются найти пути совершенствования в очень жестких экономических обстоятельствах. Несколько снизятся тиражи, а также уровень качественных изданий, увеличатся тиражи и влияние бульварщины. Публичная сфера будет сжиматься.

При всех трех сценариях повышается, в разной, конечно, степени, роль и присутствие Интернета. И хотя его функции различаются достаточно существенно в каждом случае, он становится важнейшим фактором развития публичной сферы и гражданского общества, новым открытым пространством для сбора, хранения и распространения информации.

При всех трудностях и сложностях развития российской журналистики опыт последнего десятилетия свидетельствует о достаточной прочности ограждающего свободу печати законодательства России. В конечном счете, будущее СМИ и России упирается в экономику и в политическую волю, необходимую для перехода к информационному обществу в демократических гражданских традициях, которые нарабатываются в России в начале XXI в.

Постсоциалистические СМИ в глобальном, региональном и национальном контекстах *(К вопросу о переходном периоде)*

Структурные и субстантивные изменения в средствах массовой информации принято связывать с концепцией переходной модели. Между тем за десять лет после СССР изменились условия существования СМИ не только на постсоветском пространстве России, Восточной и Центральной Европы, но и в глобальном измерении. Для понимания развития современных средств массовой коммуникации необходимо отрешиться от привычных схем как российского, так и зарубежного происхождения и рассматривать изменения в постсоциалистических обществах в глобальном, региональном и национальном контекстах, в тесной связи с технологическими процессами в информационно-коммуникационной сфере, с экономическими и финансовыми факторами, с развитием рынков культуры.

Переход от административно-командной системы и авторитаризма к рыночной экономике и демократизации высветил прежде всего политические составляющие этого сложного процесса и дал богатую пищу для выяснения особенностей трансформации общественных отношений и в том числе средств массовой информации. Сформулирована концепция переходности, которая наиболее основательно представлена в книгах профессора университета Любляны Славко Сплихала «Средства массовой информации после социализма. Теория и практика в Восточной и Центральной Европе» (1994) и профессора университета Вестминстера Колина Спаркса «Коммунизм, капитализм и средства массовой информации» (в соавторстве с Анной Рединг, 1998). Обе книги содержат чрезвычайно интересные теоретические тезисы и часто остроумные соображения относительно тенденций развития информационных структур в постсоциалистических государствах, но остаются в рамках статичной и уже во многом устаревшей парадигмы: капитализм/коммунизм (социализм), оставляя в стороне многие новые глобальные, региональные и национальные реалии, формирующие новый контекст развития массовых коммуникаций.

Более частным вопросам посвящена монография профессора права юридического факультета имени Б. Кардозо Йешивского университета (Нью-Йорк) Монро Прайса «Телевидение, телекоммуникации и переходный период: право, общество и национальная идентичность»³. Основанная на изучении правовой ситуации в средствах массовой информации, прежде всего в телевидении России и стран Восточной и Центральной Европы, книга первоначально была издана в Оксфорде, а затем дополнена и выпущена на русском языке. Она содержит обширнейшую информацию о юридических аспектах развития демократизации телевизионного вещания.

В самом деле, прошедшие десять лет развития новых информационных технологий изменили коммуникационный ландшафт не только России, Восточной и Центральной Европы. Изменения коснулись всего международного сообщества имен-

³ Изд-во Моск. ун-та, 2000. – С. 335.

но благодаря решающей роли телекоммуникаций в доставке традиционных и в создании новых средств массовой информации, а что еще более важно – в развитии новой структуры международных отношений не только в политической области, но и в мировой, в национальной экономике и культуре.

Прошло десять лет с момента принятия Закона о средствах массовой информации в России. Накопленный за это время опыт дает богатый материал для изучения и осмысления происходящих в информационно-коммуникационной сфере процессов после распада Советского Союза, для подведения итогов.

Существенные, а иногда и радикальные изменения затронули все информационное пространство не только России или бывших республик Советского Союза и даже стран бывшего социалистического лагеря. Изменения носили более широкий характер. Объясняется это многими причинами и обстоятельствами, в том числе изменениями в международной сфере.

СМИ многополярного мира

Развал Советского Союза и демократические процессы в Восточной и Центральной Европе изменили соотношение сил в международном плане. И двухполюсный мир сменился миром – по одним взглядам, однополюсным, и это взгляд, пожалуй, больше американский и англосаксонский или по другим – многополюсным миром: это взгляд российский, может быть, китайский, но скорее европейский и азиатский.

Во всяком случае, мир перестал быть двухполюсным, каким был во время холодной войны. Это сказалось на ситуации в средствах массовой информации, на их содержании. Ушел в прошлое конфронтационный публицистический стиль, отличавший остроту полемики между сторонниками социализма и капитализма, но появились новые проблемы. Международная повестка дня средств массовой информации изменилась, конфликт Восток–Запад в европейском информационном пространстве уступил место диалогу в рамках Совета Европы и ОБСЕ, где вырабатываются общеевропейские принципы информацион-

ной политики — доступа к официальной информации, универсального доступа к новым информационно-коммуникационным технологиям, принципы информационного плюрализма.

Нового идеологического противостояния в европейском регионе не произошло, взамен старой антитезы капитализм/социализм развивается полемика либерального экономического курса и социально ориентированной внутренней политики. В сфере массовой информации это соотношение частного и общественно-правового секторов, прежде всего в телевизионном вещании. Словом, идеологический раскол в Европе уступает место диалогу в сфере законодательства, особенно в области средств массовой информации, где делаются попытки определить общеевропейские приоритеты и принципы. С этой точки зрения серьезное значение имеет Конвенция о трансграничном вещании, регулирующая принципы обмена телевизионными программами.

Многополюсный мир СМИ представлен разными принципами организации вещания: коммерческое в Соединенных Штатах Америки, общественно-правовое и коммерческое в Европе, государственное в КНР и на Кубе, не говоря уже о глобальных СМИ, о которых еще пойдет речь.

Разрушение конфронтационного стиля оставило некий вакуум в политическом пространстве, который остается незаполненным. Некоторые наши специалисты считают, что продолжается антирусская кампания взамен антикоммунистической. Видимо, какие-то рудименты подходов в духе холодной войны имеют место. Но идеологическая составляющая из полемики на международной арене в отношениях Россия—Запад ушла с распадом СССР. Хотя в развитии партнерских отношений остаются «белые пятна» и трудности с обеих сторон: в России в выступлениях национал-патриотов и левых ортодоксов и в США в речах и статьях утративших государственные субсидии и профессию «советологов».

Ясно, что содержательная сторона СМИ изменилась. Но освоение нового, плюралистического видения мира идет пока еще медленно, но неуклонно тесня старые штампы и конфронтационные стереотипы и стилистику холодной войны.

Рудименты такого мышления проявились в столкновении концепций современного мироустройства; сторонники концепции однополярного мира видят в ней результат победы Америки в этой войне, признание безоговорочного лидерства США, американских ценностей и моделей, а вместе с этим подспудно отвергается плюрализм развития стран и народов. Сторонники же концепции многополярного мира, признавая могущество, силу и уникальное богатство США, не отказываются видеть многообразие мира и динамичное развитие таких центров притяжения и экономического могущества в мире, как Европейский союз, Япония, Китай, Индия, Российская Федерация.

Плюралистический мир располагает множеством моделей и концепций развития демократических систем и структур СМИ – в США, Европе, Японии, Индии, в ЮАР. При этом по охвату населения СМИ на первом месте стоит самая многонаселенная демократия в современном мире – Индия, опыт которой в развитии демократических СМИ нельзя недооценивать.

Необходим диалог различных демократических концепций и культур СМИ, но такого диалога в рамках плюралистического демократического сообщества пока еще не возникло. Может быть, это будет диалог между европейцами и Соединенными Штатами Америки или между США и Индией, между европейцами и Японией. Можно и нужно обдумывать эти модели и вести в этом направлении серьезные исследования, без которых концепция перехода и переходного периода повисает в воздухе без серьезного обоснования направлений движения, изучения и сопоставления тех моделей, к которым можно перейти или сконструировать их на основе имеющегося демократического опыта и сегодняшней информационно-коммуникационной ситуации. Что касается России, то она в силу исторических традиций ближе к западной модели и ее европейскому варианту.

Независимо от того, принимается концепция однополюсного или многополюсного мира, главное, что нет сторонников двухполюсного мира и связанной с ним конфронтационной стилистики СМИ, которая все события рассматривала в двухцветной окраске. Где бы что ни произошло (в Африке,

Латинской Америке, Азии или Европе), стереотипное объяснение было наготове: рука Москвы или Вашингтона, козни КГБ или ЦРУ. Ушли в прошлое интернационализация и идеологизация различных конфликтов с позиций борьбы двух сверхдержав, двух лагерей, двух блоков. В связи с этим обостряется национальная чувствительность СМИ, которая часто приходит на смену идеологическим и интернационализирующим составляющим, неся с собой новые опасности, на которые обратил внимание в своей книге профессор Славко Сплихал⁴.

С окончанием холодной войны ушло в прошлое противостояние двух великих держав, а с ним и двухцветное видение мира. Не без труда, но строятся новые партнерские отношения. Что же касается СМИ, то отказ от риторики холодной войны и стереотипной двухцветной трактовки событий международной жизни стал их важным новым содержательным показателем, который относится не к переходному периоду, а к новым информационно-коммуникационным реалиям современного мира.

Глобальный медийный контекст

Таким образом, ясно, что сегодня мы видим больше общего в деятельности средств массовой информации разных стран, чем различий, хотя разнообразие региональных и национальных моделей и школ сохраняется и даже развивается. А различия имеются, и весьма существенные, но они лежат в другой плоскости — не идеологической пока во всяком случае.

Различия идеологического порядка ушли в основном на периферию мировой журналистики и в маргинальную среду, к которой, по крайней мере вначале, относилось недавно возникшее новое движение так называемого антиглобализма, которое не имеет своих СМИ, но активно обсуждается как в традиционных СМИ, так и в Интернете и требует своего анализа. Демонстрации антиглобалистов в Торонто, Вашингтоне и Давосе, Гетеборге

⁴ См. указ. соч. Раздел «Другой магический ключ: поддерживаемый государством национализм». — С. 115-126.

и Генце пока привлекают к себе внимание то выходками демонстрантов, то чрезмерными усилиями тех, кто их усмиряет. Все это заставляет говорить о себе, однако носит, скорее, протестный и отчасти популистский характер, поскольку они не сформулировали сколько-нибудь четкую концепцию.

Наряду с окончанием холодной войны и распадом двухполюсного мира важный момент международной жизни, влияющий на современные тенденции развития, связан с тем, что новые глобальные тенденции проявляются не только в новых европейских демократиях, но и в сохранивших социалистические идеологические устои странах. Одновременно с падением социалистических режимов в Европе они остаются в Азии, хотя там и происходят очень серьезные изменения в самой их структуре в связи с тенденциями развития мирового сообщества. Социалистический лагерь не исчез полностью. Большая часть населения, которая жила в нем, так и живет в социалистическом мире: я имею в виду Китайскую Народную Республику, население которой составляет примерно четверть мировой численности, даже если не добавлять к этому Вьетнам, Северную Корею и Кубу. Главное не в этом, а в том, что в этих бастионах социализма, за исключением КНДР, идут перемены в фарватере глобальных тенденций. Речь прежде всего об отказе от конфронтационного и двухполюсного видения мира и общей включенности их в глобальный медийный контекст, который вбирает в себя новые телекоммуникационные, экономические и культурные реалии. Общим же знаменателем является Интернет, а с ним и конвергенция, оцифровка (дигитализация) и глобализация СМИ — важнейшие качества современной информационно-коммуникационной системы.

Информационно-коммуникационная революция

Возникло еще одно важное обстоятельство — сдвиги в международных отношениях совпали с бурным развитием информационно-коммуникационной технологической революции, которая во всех средствах массовой информации изменила ситуацию радикальным образом. С этой точки зрения, конеч-

но же, все пришло в движение, и далеко не случайно глобальная информационно-коммуникационная система Интернет появилась на мировой сцене с окончанием холодной войны, создавая единое мировое виртуальное пространство, охватывающее и, если хотите, соединяющее ранее расколотый на блоки и лагерь мир. Появляются предпосылки для воплощения в реальность концепции информационного общества⁵.

Традиционные подходы к средствам массовой информации ушли хотя бы потому, что они теперь разделились на традиционные и нетрадиционные, и появление последних уже само по себе означает новый фактор, который важен и для Соединенных Штатов Америки, и для России, и для Албании, и для Китайской Народной Республики. Я не хочу сказать, что он объединяет все эти страны, но он создает новый фон, новую информационную сферу, новую информационную и коммуникационную среду.

Эта новая информационно-коммуникационная среда является реальностью, которая заставляет нас иначе подойти к средствам массовой информации. Если до развала Советского Союза юному гражданину СССР, даже очень ловкому в техническом отношении, было трудно состязаться со своим сверстником из США, Австралии или Англии, то сегодня молодые люди, окончившие школу и приходящие к нам учиться, отвечают на заданный им вопрос, есть ли у них знакомые на других континентах, без удивления: оказывается, почти у всех есть виртуальные знакомые, а у многих на всех континентах — и в Азии, и в Африке, и в Австралии, и в Америке. Коммуникационная ситуация радикально изменилась. Традиционные СМИ в этих условиях изменяют свою структуру и систему функционирования, но не утрачивают своего места и значения в быстро меняющемся мире⁶.

⁵ См.: *Вартанова Е. Л.* Финская модель на рубеже столетий: Информационное общество и СМИ Финляндии в европейской перспективе. — М., 1999.

⁶ См.: *Засурский Я. Н.* Информационное общество и средства массовой информации // Информационное общество. — 1999. — № 1.

Вместе с тем доступ к новым информационно-коммуникационным технологиям становится принципиально важным фактором. Мир разделен на информационно богатых и информационно бедных. Этот новый раскол проходит между континентами и регионами: Север – Юг, Восток – Запад, внутри государств и населенных пунктов – городов и поселков⁷. Цифровой раскол определяется по уровню доступа населения к новым информационно-коммуникационным технологиям – к Интернету, компьютерам, мультимедиа.

Цифровой раскол определяет важнейшие противоречия и трудности движения к информационному обществу. Новая информационно-коммуникационная среда бытования определяет особенности современной системы СМИ информационного общества.

Глобальный переходный период

Интернет, новые информационные технологии не стали предметом анализа теоретиков переходного периода по простой причине: их книги написаны раньше, чем цифровой раздел и глобальный Интернет заявили о себе как о реальном факторе информационного развития мира. Сегодня же информационно-коммуникационная революция представляет собой определяющий фактор развития как традиционных СМИ, так и новых медиа. Поэтому когда (и если) мы говорим о переходном периоде в информационно-коммуникационной сфере, а я не берусь судить об экономических аспектах данной концепции, то этот переход не ограничен географическими рамками постсоциалистических государств – бывшим Советским Союзом, странами Центральной и Восточной Европы, он охватывает все страны.

⁷ См.: *Вартанова Е. Л.* Коммуникационная политика России: нужен решительный шаг / *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика.* – 2001. – № 1. – С. 52; *Она же.* Конвергенция как неизбежность // *От книги до Интернета* / Под ред. Я. Н. Засурского и Е. Л. Вартановой. – М., 2000.

Потому что появился новый универсальный и глобальный фактор — электронные каналы СМИ, которые являются важнейшей частью не только информационной сферы, но и экономики таких развитых стран, как Соединенные Штаты Америки, а также России при всем нынешнем ее состоянии. Эта особенность переходного периода влияет и на особенности развития средств массовой информации.

Глобальные структурные изменения очень важны. Они касаются всех стран, и это усложняет их развитие на постсоциалистическом пространстве, особенно России в постъельцинскую эпоху, и связи с очевидно медленными темпами развития новой информационно-коммуникационной сферы.

Я хотел бы в связи с этим обратить внимание на некоторые технологические факторы, которые позволяют рассматривать любые — как глобальные, так даже и местные средства массовой информации — как часть глобальной информационной структуры. Если относительно небольшая газета в России тиражом 8 тыс. экз. имеет свой сайт в Интернете, она уже превращается в глобальное средство массовой информации, ибо любая информация, помещаемая в глобальной информационной сети, доступна на всем земном виртуальном пространстве. Сейчас мы имеем в глобальном информационном пространстве множество интересных и разнообразных сетевых ассоциаций — информационных, профессиональных, этнических, литературных, медицинских, экономических и особенно торговых и финансовых.

Многие часто приравнивают глобализацию к американизации. Это не совсем верное представление. Глобализация позволяет создать не только глобальную американскую информационную систему в Интернете, который первоначально был создан в США, но, если хотите, и глобальную мордовскую, чувашскую или бурятскую виртуальную империю. Я знаю, что получил развитие интернетовский сайт в Мордовии, который пользуется большой международной известностью и посещаемостью, и эта российская республика, таким образом, имеет свою глобальную виртуальную идентичность. Я уже писал о саами, которые живут в четырех странах — России, Норвегии, Финляндии и Швеции, благодаря Интернету они могут общаться, имеют глобальную

виртуальную идентичность. В этом и состоит особенность развития современных информационных структур, подключенных к сетям Интернета.

То же самое происходит, как уже показано на примере автономной Мордовии, и в России. При относительно небольшом доступе к Интернету его десятимиллионная российская аудитория может пользоваться интернет-сайтами, в том числе средствами массовой информации, так же, как и обширная российская диаспора за рубежом.

Глобализация – очень сложный процесс, который требует изучения и позволяет по-новому подходить к исследованию возможностей средств массовой информации и коммуникации. Она является важнейшим фактором, определяющим не только динамику развития современного мира, но и возрастающую роль информационно-коммуникационных потоков и современных СМИ, как традиционных, так и новых, определяя важнейший момент перехода к новой глобальной системе доступа к информации.

Регионализация

Имеется и другой важный фактор – региональный, поскольку глобализация и интернетизация реализуются неравномерно в различных регионах (даже в более благополучной Европе цифровой раздел/раскол проходит между более богатым в информационном отношении Севером и более сельскохозяйственным Югом). Опыт таких продвинутых регионов, как Северная Европа, помогает понять новые возможности развития информационно-коммуникационных структур и их влияния на систему взаимодействия СМИ, государства, рынка и гражданских структур, увидеть перспективу движения и развития массовых коммуникаций⁸.

⁸ См.: *Вартанова Е. Л.* Северная модель в конце столетия // Печать, ТВ и радио стран Северной Европы между государственным и рыночным регулированием. – М., 1997.

Регионализация проявляется и в странах нашего постсоветского пространства. Более продвинутыми в информационно-коммуникационном отношении оказываются страны Прибалтики. По обстоятельствам, о которых я уже говорил, региональные особенности, и прежде всего причины успешного внедрения новых информационно-коммуникационных технологий, не могут быть рассмотрены и поняты вне глобальных структур, определяющих общую тенденцию развития к информационному обществу.

По той же причине те, кто пытаются выделить, вычлениить и отсеять развитие постсоциалистических стран от глобальных информационно-коммуникационных систем, совершают большую ошибку. В постсоциалистических странах происходит как бы двойная перестройка, двойная реструктуризация, двойная эволюция, двойная смена ориентиров – социально-политических, экономических и технологических: развитие демократии и рыночной экономики в постсоциалистическом европейском регионе, с одной стороны, а с другой – в информационно-коммуникационной сфере процессы глобализации, конвергенции, дигитализации, которые носят общемировой характер. И Россия здесь не является исключением. Она подчиняется общим глобальным тенденциям, иногда усиленным благодаря наличию научно-технического и человеческого потенциала, но часто и ослабленным экономическими и структурными обстоятельствами.

Глобализация, бесспорно, остается важнейшим фактором развития информационной сферы, который не следует игнорировать. Вместе с тем существуют региональная и национальная специфика, множество индивидуальных особенностей, из которых и складываются разнообразные информационно-коммуникационные модели – порождение сегодняшнего перехода мирового сообщества к информационному веку.

Гражданское общество и публичная сфера

В конечном счете, итогом и важнейшим моментом развития новых информационно-коммуникационных структур для пост-

социалистических стран становится появление гражданского общества и его новых структур. Движение к нему идет разными темпами в разных странах. Порой очень бурно – в Албании, Югославии (с кровавыми схватками, взрывами), но в разных странах по-разному, конечно.

Демократическая информационно-коммуникационная сфера теснейшим образом связана с развитием гражданского общества и является необходимым условием его становления и функционирования. Эти взаимосвязанные структуры достигли разного уровня на постсоциалистическом пространстве: от достаточно высокой степени осознания гражданского общества в странах Центральной Европы, где существовали определенные традиции еще до Второй мировой войны, до трудных шагов к формированию гражданского общества в России, где такой традиции не было.

Очень важен вопрос о роли средств массовой информации в гражданском обществе. Существует, как уже сказано, концепция публичной сферы, развитая известным немецким философом Юргеном Хабермасом. Одной из важных ее сторон является определение роли средств массовой информации в публичной сфере, где они являются важной частью гражданского общества, осуществляя диалог граждан, общества и государства. В России до сих пор многие рассматривают средства массовой информации как инструмент в руках власти или олигархов. Это очень большая ошибка не только нашего руководства, но и сообществ – научного, социологического, философского. Потому что одна из особенностей гражданского общества состоит как раз в особой роли средств массовой информации как инструмента гласности, открытости, публичной сферы, гражданского общества.

Проблемы открытого общества являются важной стороной развития демократических устоев⁹. В частности, важнейшими

⁹ См.: Media, Communications and the Open Society/Ed. by Yassen N. Zassoursky and Elena Vartanova. – М., 1999. – P. 284; Media & Open Societies // Cultural, Economics and Policy Foundations for Media Openness and Diversity in East and West / Ed. by Jan van Cuilenburg and Richard van der Wurff. – Amsterdam, 2000. – P. 267.

инструментами гражданского общества являются общественно-правовые или публичные структуры телевидения и радиовещания, дающие гражданам возможность участвовать в диалоге в той самой публичной сфере, которую необходимо иметь демократическому обществу. К сожалению, подобные структуры в России еще не созданы, хотя речь об этом и ведется достаточно долго.

В любом случае укрепление свободы средств массовой информации создает условия для развития гражданского общества и общественной сферы, диалога власти, общества, граждан.

В развитии демократических традиций в средствах массовой информации разных стран ситуация не одинакова. В России идет сложный процесс становления публичной сферы, в развитии которой особенно важна роль Интернета и журналистского сообщества¹⁰. Национальный контекст определяет темп и масштаб развития национальных структур гражданского общества.

На путях перехода к гражданскому обществу и движения к правовому обществу роль в России журналистики и всей информационно-коммуникационной сферы в этом процессе особенно велика, а возможности для формирования этих структур, составляющих основу демократического общества, с учетом глобальных, региональных и национальных составляющих в переходный к информационному обществу период возрастают.

Глобальная информационная среда и российские СМИ

Интернет включил Россию в глобальную информационную среду. В повестку дня поставлена в качестве важнейшей стратегической задачи развития страны и ее будущего проблема информационного общества и новых средств массовой информации.

Любой лидер, действующий в современной стране, считает своим долгом говорить прежде всего о развитии информационных технологий и информационного общества. Европейский

¹⁰ См.: *Реснянская Л. Л., Фомичева И. Д.* Газета для всей России. — М., 1999. — С. 230; *Засурский И.* Масс-медиа Второй Республики. — М., 1999. — С. 272.

Союз, который имеет специальный Комиссариат по вопросам информационного общества, разработал концепцию новой экономической революции, в которой утверждается, что Европа может развиваться только в условиях нового электронного экономического пространства.

При этом для России Интернет, как важнейшая часть, основа развития информационного общества, является ключевым элементом будущих прорывов в современную элиту государств. К сожалению, Россия сегодня относится к категории весьма бедных информационно стран¹¹. Хотя она и не самая бедная, но отнюдь и не самая богатая.

Сейчас границы легко пересекаются глобальными телесетями; одновременно возникают возможности для создания различных виртуальных объединений. Все это создает новую реальность, которую считают виртуальной, но вместе с тем оказывающей серьезное влияние на реальную экономику и реальную информационную сферу.

В мире происходят три важных процесса в обмене информацией. Во-первых, глобализация, т. е. быстрый обмен информацией со всем миром. Во-вторых, благодаря тому же Интернету возможно развитие малых местных структур — современные информационно-коммуникационные сети дают возможность, как уже говорилось, малым группам, в том числе и этническим, присутствовать в виртуальном пространстве, объединяя своих представителей вне зависимости от государственных границ и географических расстояний. При этом современные глобальные сети не только объединяют, но одновременно и дают возможность для приватности и создания малых сетей и малых групп. Наконец, в-третьих, особенность современного развития — это технологизм, переходящий в сфере массовых средств в технологический детерминизм; развитие мобильной телефонии открывает новые подходы к Интернету, минуя проводную связь.

¹¹ См.: *Вартанова Е. Л.* Коммуникационная политика...; *Засурский Я. Н.* Постсоциалистические СМИ в глобальном, региональном и национальном контекстах: К вопросу о переходном периоде // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика.* — 2001. — № 4.

Что касается российского сегмента Интернета, то он прежде всего является связующим звеном нашей страны с мировым информационным и экономическим пространством. Это особенно важно, поскольку сегодня развивать экономику без информационной инфраструктуры, вне глобальных систем практически невозможно. Это не всегда осознается, но есть много фактов, показывающих, насколько российский Интернет важен для того, чтобы наша страна присутствовала в глобальном экономическом и информационном пространстве.

Можно привести много примеров. Если говорить об информационном пространстве, у нас нет ни одной глобальной газеты. Они существуют в Англии и Соединенных Штатах Америки, издаются во всем мире и имеют глобальную сеть распространения благодаря возможностям Интернета и новым технологиям (немаловажно и то, что английский язык широко известен). В России же функцию такого глобального средства информации выполняет Сеть. Она играет важнейшую роль, включая Россию в международное информационное пространство. Это очень существенно, поскольку и о нас больше узнают, и мы больше узнаем о мире. Кроме того, в информационной сфере Интернет играет роль гаранта доступа к информации. В большинстве регионов, в российских областях, краях и республиках действуют местные интернет-агентства.

Интернет и связанные с ним информационные структуры сегодня, по существу, создают и развивают общероссийское информационное пространство, которое подверглось эрозии из-за того, что у нас нет общероссийских газет, не всегда доступно телевидение (и не всегда оно высокого качества), а сегодня — и радио. И это — невзирая на то, что Интернет доступен относительно небольшому числу людей, так как только около двух процентов россиян могут пользоваться его ресурсами. Тем не менее Интернет осуществляет связь между глобальным и российским пространством, между общероссийским информационным пространством и местными информационными структурами. В этом смысле сегодня Интернет в российском информационном пространстве играет жизненно важную роль — он является не какой-то частной структурой, а одной из интегрирующих

и формообразующих структур нашего информационного пространства в плане доступа к информации, к новостям, знаниям, различного рода документам и к разным СМИ. Это очень важный и серьезный аспект.

Информационное общество предполагает использование информационного пространства для развития экономики и культуры. От этого зависит будущее России, возможность сохранения величия нашего государства.

Рунет

Информационное общество требует высокой культуры и доступа к новым высоким технологиям. Наша страна многое потеряла за последние десять лет, но российский сектор Интернета — Рунет — одно из тех немногих достижений, может быть, важнейших и ключевых, которыми Россия может гордиться. Интернет — это новое виртуальное пространство, информационное, экономическое, финансовое, торговое, публичное; это новое средство доступа к информации, с одной стороны, индивидуальной, с другой — массовой.

Говоря о взаимоотношениях информационного общества и новых средств массовой информации, следует обратить внимание на три основных аспекта.

Первый: возможность передачи информации с помощью современных информационно-коммуникационных технологий и Интернета.

Второй: расширение территории действия традиционных средств массовой информации в условиях «интернетизации».

Третий: создание новых масс-медиа или новых средств массовой информации.

Технология коммуникаций и информации изменяется стремительно. Интернет создает новое публичное пространство, которое открывает большие возможности для глобального общения, а это уже существенным образом отразилось на развитии средств массовой информации, хотя еще нельзя сказать, как в конечном итоге преобразуются СМИ России и других стран.

Очевидно одно: мир информации и коммуникации находится в движении и преобразовании. Еще более важной становится экономическая составляющая Интернета, которая стала в нем доминировать.

Важнейший элемент новых информационно-коммуникационных технологий — дигитализация, т. е. перевод содержания средств массовой информации в цифровую форму. В результате общей для всех них единицей становится текст, обретающий новое цифровое измерение. Происходит конвергенция СМИ¹². Тем самым новая информационная среда начинает оказывать возрастающее влияние и на сферу языка, в котором наряду с линейной выстраивается гипертекстовая структура.

Обновление традиционных СМИ

Если говорить о традиционных СМИ, то они широко используют Интернет для своего распространения как в регионах, так и в мире. Соответственно, русская диаспора в мире может сегодня получать информацию, причем очень обширную, из федеральных и провинциальных газет и журналов, которые, как говорят, «выложены» в Интернете. Тем не менее в условиях бурного развития новых информационно-коммуникационных технологий, безусловно, произойдут существенные перемены в традиционных СМИ — печати, радио, телевидении, в доступе к ним, в способах доставки и, вероятно, в содержании.

Кажется, что наиболее спокойно чувствует себя радио. Звучащая речь легко передается через Интернет, для приема радиосигнала достаточно иметь компьютер и к нему звуковую плату. «Радио России» уже ведет вещание в значительной степени на базе Интернета, который используется как средство доставки сигнала в различные страны — к радиостанциям для вещания через них. Но одновременно этот сигнал может быть принят и индивидуальными пользователями Интернета. Кстати, таким

¹² См.: *Вартанова Е. Л.* Конвергенция как неизбежность // От книги до Интернета. — М., 2000. — С. 37–55.

образом слушают «Эхо Москвы» и «Серебряный дождь» во многих странах. Сегодня российские радиостанции, размещенные в Интернете, можно слышать во всем мире.

Сложнее всего обстоит дело на телевидении. Время, затрачиваемое пользователями Интернета на просмотр телевизионных программ, сократилось. Видимо, произойдут серьезные изменения в структуре телевидения. К спортивным, музыкальным и многим другим программам, которые традиционно смотрели по телевидению, Интернет открывает отдельный доступ. В связи с этим, на мой взгляд, больше будет телевидения специализированного, рассчитанного на интересы отдельных сегментов аудитории. Весьма устойчивые перспективы у новостных программ.

Печать имеет достаточно прочные позиции, прежде всего потому, что объединение разных видов информации в телевизионном или компьютерном варианте не отменяет текста. Более того, радио- и телевизионные передачи, как правило, размещаются в Интернете в двух формах – аудиовизуальной и текстовой. Текст становится общим знаменателем для всех СМИ в Интернете. Часто материалы из Интернета распечатываются для чтения. Некоторые электронные газеты, например *Gazeta.ru*, имеют специальную версию для распечатки. Все пользуются текстом, который приобретает самостоятельность и даже независимость. При всем этом газета или журнал имеют большие преимущества, поскольку публикуемая там информация, как правило, подготовлена высококвалифицированными специалистами, в результате чего читатель получает, как правило, тщательно проанализированные, хорошо обработанные сведения.

Новые СМИ

С появлением глобальной Сети возникли и принципиально новые СМИ – электронные газеты, которые имеют ряд особенностей. Одна из них состоит в том, что они постоянно обновляются, часто хорошо иллюстрированы и в них нет, как правило, законченных статей. Материал заканчивается тогда, когда заканчивается событие. В этом смысле журналисты в газете,

живущей в Интернете, должны работать постоянно, и их статьи пишутся таким образом, чтобы последняя фраза всегда могла быть дополнена.

Интересной особенностью электронных газет является и гипертекстовая верстка, которая позволяет быстро находить различные материалы, ссылки, в связи с чем чтение электронной газеты оказывается более осмысленным, содержательным, может быть, и более разнообразным. Если говорить о других особенностях электронной газеты, то я отметил бы очень большую их оперативность. Часто электронные газеты опережают не только печатные издания, но и телевидение по скорости публикации материалов.

Серьезное место в Интернете занимают информационные агентства (такие как *Lenta.ru*). Новое электронное информационное агентство позволяет пользователю получать в свое распоряжение все виды информации — аудиовизуальную и текстовую. Это тоже большое достоинство новых СМИ, которые сосуществуют с традиционными, превосходя их по скорости доставки читателям материалов, прежде всего новостей, по простоте доступа к ним прямо из дома. Но они уступают печатной прессе, как правило, в уровне аналитичности. К тому же для прочтения больших материалов их обычно распечатывают.

При появлении новых средств информации часто начинают говорить о гибели других — более ранних, им предшествовавших. С появлением радио и телевидения также говорили о гибели газеты и книги, о том, что люди со временем перестанут читать. Но этого не произошло, а Интернет даже вернул людей к чтению (в том числе к книге и газете).

Стратегия движения к информационному обществу

Стратегия движения к информационному обществу, конечно же, зависит в значительной степени от уровня научной, промышленной оснащенности. Мнения таких научных авторитетов, как Жорес Иванович Алферов и Евгений Павлович Велихов, сходятся на трудностях, которые были и все еще оста-

ются в развитии материальной основы для создания информационного общества в России. Вместе с тем есть и некоторые другие аспекты, которые было бы очень важно обсудить.

Мы уже находимся в каком-то смысле в информационном обществе. Часто говорят, что наши дети будут жить в глобальном мире, а они уже живут в нем. Приходят, например на факультет журналистики, молодые ребята. И когда я спрашиваю, у кого есть Интернет, то оказывается, что в Москве он есть у многих. И на вопрос: у кого есть знакомые в Африке, в Австралии – поднимаются руки. Оказывается, они со всем миром уже знакомы через Интернет. Глобализация идет. И она не так уж страшна, как иногда кажется. Когда возник Интернет, говорили о том, что весь мир будет говорить по-английски. Но, как известно, сейчас влияние английского языка в Интернете существенно сократилось. Все живут по своим секторам. Немцы читают со своим доменом *de*, французы – *fr*, у россиян – свой Рунет.

Интернет оказался действительно средством глобализации, но не обязательно американизации. Благодаря ему те, кто смотрит Рунет, могут его смотреть и в Москве, и в Австралии, и в Аргентине. Создается глобальное российское сообщество, что тоже, по-моему, очень положительный фактор, который помогает россиянам объединять себя в виртуальную глобальную нацию. Виртуальные нации тоже создаются. На границе Финляндии, Норвегии и России живут, как упоминалось, саами, у них нет своего государства, но есть свой сайт в Интернете, через него они общаются, создали виртуальное национальное объединение. В этом смысле, конечно, мы живем уже в информационном обществе. Другое дело, что не все могут им пользоваться, а на пути к информационному обществу стоят серьезные препятствия.

В России развитие этого информационного общества ограничено тремя факторами.

Первый – доступ к средствам связи: в России связь стоит очень дорого, и плохо мы этой связью обеспечены. Считается, что трудно добиться снижения цен на связь, нужны какие-то административные меры. Но есть пример мобильной связи – либерализация этого сектора экономики привела к резкому падению

цен на него. Может быть, если противоестественная монополия на фиксированную телефонную связь будет устранена, этот телефон станет дешевле и доступнее. Мне кажется, над этим стоит задуматься. Весь мир пошел по пути либерализации телефонной связи. Нам нужно присмотреться к этому.

Второй момент — доступ к компьютерам. Всего десять миллионов компьютеров, из них два миллиона — в частном пользовании. Конечно, этого мало. Компьютер стоит слишком дорого. Как сделать его дешевле? Пока мы наладим, если это нужно вообще, производство собственных, пройдет много времени. Может быть, стоит просто снизить пошлины на компьютеры? По этому пути идут даже развитые государства. Скажем, в Италии, где очень трудно развивалось информационное общество, пошли на то, чтобы сократить или отменить пошлины на ввоз компьютеров. Может быть, нам следует поступить так же? Но компьютер нужен сегодня, особенно для молодых людей. Спросите у любого отца мальчика или девочки, что хочет приобрести его ребенок. Он вам ответит немедленно: компьютер. Это наше будущее. Если мы не дадим нашим детям компьютеры, мы не войдем в информационное общество.

И третий фактор — доступ к Интернету. Он тоже очень ограничен. Говорят, у нас до десяти миллионов пользователей. На самом деле реально им пользуется около миллиона. Но дело не только в этом — дома, на работе и через так называемый универсальный доступ, когда вы можете поработать в интернет-кафе, в библиотеке, на почте. И развивать именно такую форму общественного универсального доступа было бы чрезвычайно важно и полезно. Решить эти проблемы, чтобы у нас развивалось информационное общество, необходимо. И если мы посмотрим на своих соседей из бывшего СССР, то увидим, что некоторые из них действуют очень интересно.

Сетевые новации информационного общества

Обращаясь к проблеме информационного общества, мы недооцениваем изменения, которые несет это общество в самом образе жизни. По существу создаются новые отношения производ-

ства и управления. Здание, помещение теряют свой смысл, как министерство, завод. Развитие телеработы, интернет-связи позволяют действовать очень мобильно и быстро, используя шире ресурсы личности. Я присутствовал при выступлении президента Италии Чампи, который был тогда министром финансов. Он говорил: «Мне не нужны чиновники в министерстве. Пусть они дома пишут мне докладные, пришлют по электронной почте, я их прочитаю и приму решение или верну им, если это плохо сделано». И здесь другой подход к организации работы министерства — не стены, не кабинеты, а суть важна. Новая мобильность, новые возможности для развития административного ресурса и использования различных талантов. То же самое относится и к производству: телеработа позволяет его децентрализовать.

Время и пространство сегодня приобретают иной характер. Они преодолеваются с помощью новых информационных технологий. «В Италии, — говорил тот же бывший министр финансов, а теперь президент страны — мы не будем переселять с юга людей, у которых нет работы, на север. Мы их обеспечим телеработой».

Это интересный подход, который и у нас возможен. Тем более, что у нас главный инструмент в развитии информационного общества уже есть — Рунет, наш сектор в Интернете. Он богат информацией. В нем интересные сайты. Россия может работать в Рунете. Мне кажется, один из главных наших приоритетов в развитии информационного общества — это усовершенствование Рунета, его развитие и обогащение. Сегодня границы проходят не там, где стоят пограничники, а там, где идут информационные барьеры. Граница России сегодня проходит по Рунету. И тот, кто имеет доступ к Рунету, уже оказывается, по существу, в России.

Новое информационное общество дает новую мобильность человечеству, возможность для развития инициативы и быстрого внедрения идей в практику. В этом смысле новое информационное общество предполагает децентрализацию и развитие горизонтальных и сетевых структур. И когда мы начинаем думать, почему СССР развалился, мы приводим многие данные и соображения, но редко задумываемся над тем, что с централизованным вертикальным управлением, которое было в СССР, невозможно было войти в новую эпоху, в новую технологию.

Сегодня для развития информационного общества необходимы горизонтальные и сетевые структуры. Они дают возможности для развития инициативы каждого гражданина. А это — огромный ресурс. Для среднего и малого бизнеса, для того, чтобы новые идеи не только быстро рождались, но и быстро реализовывались. Я думаю, что информационное общество — это действительно будущее России. Государство должно помогать этому, но не как собственник, а как регулятор и как структура, поддерживающая информационную составляющую России.

Цифровой раскол в России: парадоксы элитарного Интернета

Медленное и неравномерное проникновение Интернета в Россию во многих отношениях сделало его элитарным средством массовой информации и привело к парадоксальным явлениям в том, что касается его пользователей. И в определенной степени, при стечении многих обстоятельств, сделало его элитарной формой коммуникации в бедных информационными ресурсами районах интернет-пространства и сравнительно демократической формой СМИ в более богатых в этом отношении регионах.

Российский Интернет обслуживает обычных граждан, госструктуры, средства массовой информации и интеллектуальную элиту, различными способами обеспечивает доступ к глобальным информационным источникам, а также влияние на ход предвыборных кампаний, на содержание местных печатных изданий. В период выборов членов Государственной Думы и Президента России в 1999 и 2000 гг. Интернет использовался для «оркестровки» этих кампаний.

Молодым пользователям Интернет дал возможность самостоятельного и независимого творчества и выражения неортодоксальных взглядов, что во многих отношениях заменило существовавший в советское время Самиздат. Отмечены конкретные случаи, когда через Интернет региональные лидеры укрепляли свое влияние, пользуясь низким уровнем доступа к Интернету общественности.

Цифровое разделение между молодым и старым поколениями, а также среди молодежи различных социальных групп необычным образом отражается и в среде правящей элиты, где высокопоставленные чиновники используют своих молодых подчиненных для отправки электронной почты и считки содержания информации из Интернета. Доступ к нему является важнейшим и в то же время ключевым аспектом для преодоления цифрового раскола. Другая важная проблема – способность использовать источники Интернета. Аудитория Интернета в России разделена на большинство, которое использует возможности электронной почты и развлекательные сайты, и меньшинство, использующее новостные информационные источники. Я сказал бы, что это цифровой «раскол-2». Мало иметь подключение к Интернету, надо научиться использовать его ресурсы. Информационно бедные – это не только те, кто не подключены к Интернету, но и те, кто не знают его ресурсов и не могут их использовать, кто не в состоянии извлечь информацию, новые сведения, посетить соответствующие сайты для ликвидации своего информационного невежества.

Цифровой раскол стал одним из основных препятствий к реконструкции, возрождению, восстановлению и даже выживанию России и одновременно – наглядным индикатором противоречий современного российского общества.

Параметры цифрового раскола в России

Основные характерные черты, присущие российскому элитарному Интернету, могут быть сведены к одиннадцати позициям:

1. Медленное и неравномерное проникновение Интернета в Россию – только 7,5 млн человек, или 5% россиян, использовали Интернет в середине 2001 г., что на 7% превысило уровень начала года, но все равно оставалось низким показателем.

2. Интернет стал инструментом свободного доступа к миру для «электронно» богатых регионов (Москва, Санкт-Петербург, Надым и т. д.).

3. «Электронно» богатый профессорiat и официальные круги, «новые» русские и другие молодые люди, принадлежащие к этому кругу.

4. «Электронно» бедные сельские районы, небольшие города и деревни зачастую имеют доступ только в почтовых отделениях, где пользование Интернетом обычно ограничивается возможностью отправки электронной почты.

5. Интернет в качестве механизма манипулирования «электронно» бедными районами со стороны федеральных и местных властей, особенно в том, что касается местных СМИ. Например, в Кировской области администрация использовала Интернет для распространения текстов, которые должны были публиковаться местными газетами, тем самым превращая Интернет в средство управления местными СМИ.

6. Дирижирование выборами в Госдуму и президентскими выборами путем опубликования в Интернете данных по динамике подсчета голосов для влияния на общественное мнение в различных районах, с тем чтобы голоса были отданы за кандидатов, которых поддерживает администрация.

7. «Электронно» бедные русские – пенсионеры, крестьяне; «новые» бедные – провинциальные интеллигенты, доктора, инженеры.

8. Цифровое разделение между молодыми и старыми, а также среди молодежи и различных социальных групп, является характерным даже для «электронно» богатых районов. Для одних групп молодых людей это стало возможностью выхода на культуры других стран, для других – сверхмодной версией открытого Самиздата.

9. Наиболее поразительное цифровое разделение проявилось в среде правящей элиты. Во всяком случае, некоторые государственные чиновники установили компьютеры в своих офисах, но доверились своим секретарям и служащим в том, что касается использования этих средств, создав тем самым особого рода двухуровневую коммуникационную систему общения между начальниками и подчиненными, а также с внешним миром.

10. Цифровой раскол – главное препятствие и трудность, которые необходимо преодолеть для выживания, реконструкции,

восстановления и возрождения мощи России через активное участие граждан, их инициативу, что является неотъемлемой частью демократии и рыночной экономики. С этой точки зрения, можно многого ожидать от утвержденной правительством программы «Электронная Россия».

11. Цифровой раскол стал одним из наиболее наглядных проявлений противоречий современного российского общества.

Вместе с тем динамика и динамизм развития Интернета в России внушают надежды на возрастание процесса интернетилизации и информатизации — ключевых моментов модернизации российского общества на пути демократизации и рыночной экономики.

Десять лет спустя

Прошло десять лет после распада Советского Союза. За это время журналистика на постсоветском пространстве изменилась радикально — появилось российское законодательство о печати, средства массовой информации стали значительной и объемистой промышленной отраслью — медиаиндустрией. Изменился облик массовой коммуникации; кроме привычных каналов распространения информации: печати, радио, телевидения — активно используются новые информационные технологии, и прежде всего Интернет как среда размещения традиционных СМИ (газет, радио-, телепередач) и создания электронных изданий.

Важнейшее достижение последнего десятилетия XX в. — политическая свобода российской журналистики. Закон о СМИ впервые в истории России отделил их от государства, определил свободу журналистской деятельности, право журналиста не ставить подпись под материалами, которые противоречат его убеждениям и совести. Свободная российская журналистика за это десятилетие прошла сложный и противоречивый путь. Но оказалось, что политической свободы недостаточно — нужна еще свобода экономическая.

Кризис российской экономики существенно сказался на судьбе российских СМИ: отсутствие инвестиций, скудность

рекламного рынка сделали журналистику заложницей корпораций, банков и государства. Кажется, что, отстаивая свободу печати, журналистам приходится идти против течения и только самым умелым, активным и смелым удастся выплыть, несмотря на противодействие обстоятельств, прежде всего экономического порядка.

Поражает разнообразие современной журналистской продукции – упали тиражи московских, так называемых центральных, газет и выросли тиражи местных и региональных изданий. В городах, где раньше издавались 2–3 областные газеты, одна городская или районная, сегодня выпускается от 2 до 10 областных газет, несколько районных и городских. Появились тысячи рекламных агентств, сотни компаний паблик рилейшнз, десятки информационных агентств.

Активно развивается инфраструктура журналистики: создаются службы маркетинга, объединения распространителей печати, исследовательские центры, определяющие отношение аудитории к различным средствам массовой информации.

В экономике страны СМИ стали важной и серьезной структурой, в которой обращаются миллиарды долларов, заняты сотни тысяч сотрудников, помимо профессиональных журналистов.

Экономические трудности сделали журналистов уязвимыми для давления различных структур – государственных, частных и даже криминальных. Журналистика России сегодня напоминает гадкого утенка, который барахтается, пытается плыть против течения и еще находит в себе силы сказать правду о том, что происходит в России и мире. Может быть, когда-нибудь этот гадкий утенок превратится в прекрасного лебедя. Но уже сейчас уроки российской журналистики полезны и нужны не только России, но и мировому журналистскому сообществу.

Впервые опубликовано в: Средства массовой информации России: Учеб. пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2011.

2012 год

Демократизация в нашей стране, улучшение отношений с зарубежными странами разных континентов открывают новые возможности для воспитания стойких, интересных, думающих и ответственных журналистов.

НОВЫЕ РУБЕЖИ СТУДЕНЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ

В этом году наши студенты очень активно проходят практику в различных средствах массовой информации, и не только в Москве, но и в странах СНГ — география практики существенно расширилась. И в этом смысле интересна практика студентки II курса вечернего отделения Екатерины Александровны Кретовой. Она, узнав о событиях в Ливии, загорелась идеей поехать туда и рассказать об этом российскому читателю. Кретова пришла ко мне и сказала, что она хочет туда поехать, но не знает, как это сделать, поскольку граница пока закрыта и ехать туда не рекомендуют, а она считает, что это важно для нее как для журналистки. Соответственно я стал выяснять, знает ли она арабский или берберский язык, на котором говорят в Ливии. Оказывается, не знает, но готова найти себе переводчика. Она озаботилась и тем, чтобы найти попутчиков, которые бы ей помогли, и просила найти людей, которые могли бы ей рассказать о Ливии и помочь туда проникнуть.

Я направил ее в Союз журналистов к председателю Союза Всеволоду Леонидовичу Богданову. Он одобрил план, но предупредил, что это дело тяжелое, сложное и рискованное, и посоветовал ей быть осторожной. Также он познакомил ее с некоторыми журналистами, которые знают этот африканский регион. Также я попросил поговорить с ней моего знакомого, журналиста «Известий», нашего выпускника, который в свое время был в Афганистане, а недавно приехал из Ливии. Он с готовностью встретился с ней, но очень долго разговаривал и объяснял, как сложно и тяжело работать в этой стране, предупреждал об опасностях, которые ее там ждут. Я тоже об этом говорил, но она была непреклонна в своем решении поехать туда и рассказать всю правду в нашей российской прессе. В конце концов она договорилась о том, чтобы ей разрешили проехать в соседний с Ливией Тунис по туристической визе. В Тунисе она окончательно сформировала свою команду, нашла выпускника ИСАА,

знающего язык берберов и арабов, а также спутника среди наших студентов и проводника из местных жителей.

Этой командой они пересекли границу в районе, близком к Триполи, и отправились в Ливию. И через некоторое время Екатерина объявилась уже в Москве: она собрала и подготовила материал, и «Нью Таймс» опубликовал ее статью. Кроме того, она выступила на радиостанции «Эхо Москвы» с рассказом о Ливии.

Конечно, Кретовой пришлось там нелегко. Не было хорошей гостиницы, они жили в стесненных условиях: это была не гостиница, а дом, кишевший многочисленными представителями местной колонии насекомых, которые и кусали, и жужжали, и постоянно напоминали ребятам о том, что они находятся в Африке. Тем не менее ребята выдержали все: жару, насекомых, отсутствие нормального жилья, завершили дело и благополучно вернулись в Москву, к общей радости. Эта студентка, Екатерина Александровна Кретова, оказалась очень трудолюбивой, настойчивой и энергичной журналисткой. И эта ее практика — она учится на втором курсе вечернего отделения — показала, что Кретова обладает многими качествами, которые чрезвычайно полезны и необходимы журналисту.

Мы, конечно, все были рады, просто счастливы, что эта поездка закончилась благополучно. В данном случае настойчивость, любознательность и трудолюбие позволили Кате Кретовой посетить страну, находящуюся в состоянии острого политического кризиса, увидеть борьбу разных политических и военных группировок, — словом, увидеть серьезный международный конфликт и написать об этом. Конечно, это было настоящее боевое крещение, и она прошла его удачно. Я думаю, что Катя может стать хорошим журналистом-международником, и мы готовы взять ее на международное отделение, хотя учится она на вечернем, а международное отделение у нас только на дневном. Но я думаю, что с ее трудолюбием и упорством она сможет совместить учебу и журналистскую работу, которая так ее привлекает и которой она так интересно и живо занимается.

Это закономерный случай для современного этапа развития нашей журналистики, нашего общества. Он показывает, как те

изменения, которые произошли за последние десятилетия в нашей стране, раскрепостили наших людей, в том числе журналистов, открыли им новые горизонты и новые возможности для того, чтобы посмотреть мир самостоятельно. Мне кажется, что эта самостоятельность позволяет развивать настоящую творческую инициативу и пробуждает новые таланты, новые творческие личности. В этом смысле то, что сделала Катя Кретова, — замечательно. Мы ее наградили почетной грамотой и присудили ей премию Президента факультета.

Я думаю, что все это очень хорошо, но теперь хотелось бы подумать о том, как мы можем активнее помогать таким инициативным студентам, чтобы они могли пользоваться поддержкой и защитой дипломатических миссий за рубежом для того, чтобы они могли более спокойно и в то же время быстро передвигаться по миру и посещать те страны, о которых они хотят рассказать.

Здесь также важно отметить стремление журналистки увидеть новое в мире. В свое время, конечно, мы говорили студентам, особенно международного отделения, и тем, кто не так уж хорошо учился: «Смотри, я восемь шкур с тебя спущу и голым в Африку пушу». Это казалось назидательной шуткой, но сегодня можно послать на практику в Африку, и нам надо быть готовыми к тому, что наши студенты могут проявить такую инициативу и получить хорошую возможность практиковаться в открытии новых земель, новых явлений, новых событий. Я думаю, что нам нужно и на факультете организовать соответствующие условия и включить такие поездки в учебный план. Конечно, Катя все это делала за свои деньги. Но я думаю, что мы должны иметь фонд, и Союз журналистов мог бы иметь специальный фонд для поддержки молодых журналистов-международников.

Кстати, нас часто упрекают в том, что у нас учится много девушек, и считают, что это не очень хорошо для нашей журналистики. А этот случай снова показывает, что молодые женщины могут быть прекрасными журналистами-международниками. За последние годы мы убедились в том, что наши молодые женщины и девушки являются очень боевыми и смелыми людьми, очень стойкими, очень трудолюбивыми. Отстаивая демократические идеалы, отстаивая журналистику жизненную и прав-

дивую, они могут сделать очень многое, и я думаю, что у нас открываются новые горизонты для подготовки журналистов. И здесь мы должны сочетать инициативу, выдумку и выносливость наших студентов с серьезной и продуманной поддержкой со стороны университета, факультета журналистики и преподавателей. И тогда мы сможем готовить очень хороших специалистов, которые будут писать о мире, и будут делать это ради интереса к новым событиям, к новым странам, развивающимся и завоевывающим свою свободу, ради стремления рассказать всему миру о борьбе против колониализма, против остатков старых традиций. В этом наши выпускницы оказались на высоте, и я думаю, что это подтверждает важность серьезной организации практики не только в России и европейских странах, но и в странах, которые находятся в стадии революционного брожения и кипения страстей. С этой точки зрения поездка Екатерины Александровны Кретовой очень интересна и поучительна. И конечно, мы не должны упускать возможности поддержать стремление наших студентов увидеть мир и рассказать миру о том, что в нем происходит, и особенно о тех событиях, которые способствуют раскрепощению народа и развитию лучших человеческих качеств народов самых разных стран.

Это было тяжелое испытание, но Катя Кретова выдержала его с честью и была удовлетворена тем, что она сделала. Мне кажется, что это еще и показатель необходимости более тщательной и разносторонней работы со студентами. Надо раскрывать перед ними новые возможности и помогать им обеспечивать свою безопасность. Демократизация в нашей стране, улучшение отношений с зарубежными странами разных континентов открывают новые возможности для воспитания стойких, интересных, думающих и ответственных журналистов.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2012. – № 1 (колонка редактора).

ГОД ПРЕЗИДЕНТСКИХ ВЫБОРОВ: РОССИЯ (4 МАРТА). ФРАНЦИЯ (22 АПРЕЛЯ), СОЕДИНЕННЫЕ ШТАТЫ АМЕРИКИ (6 НОЯБРЯ).

Новый 2012 год начинается с острых дебатов во многих странах по поводу выборов президента. Действительно, в этом смысле 2012 год очень интересный — проходят выборы президентов во многих странах. И при этом во многих странах к руководству должны прийти новые люди. В Соединенных Штатах приближаются так называемые «промежуточные» выборы. Сегодня идет кампания по поводу того, кто будет баллотироваться в президенты на следующий срок. Действующий президент Барак Обама уже завершает один свой срок. Второй срок, если его изберут, начнется в январе 2013 года.

Республиканцы в течение последних четырех лет должны были довольствоваться ролью оппозиции, хотя у них даже было большинство в сенате, но в палате представителей они уступали демократам; сейчас перед ними возникла гипотетическая возможность добиться избрания президентом республиканца.

У демократов на пост президента претендует действующий президент Барак Обама. По американской конституции он имеет право на два срока, и он уже выдвинут своей партией. Обама ведет достаточно энергичную кампанию, как и поддерживающая его Демократическая партия.

Лидеры Республиканской партии восприняли выборы 2012 года как возможность вернуть в Белый дом президента-республиканца. Появилось множество претендентов, уже прошли два отборочных тура — предварительные выборы в Нью-Хэмпшире и Айове. На этих выборах состязались кандидаты-республиканцы.

Один срок президента Обамы уже прошел, и сейчас он ведет интенсивную и интересную кампанию. Главное — он стремится добиться выполнения своей программы, которая предусматривает развитие законодательства о здравоохранении, начатое

им реформой системы охраны здоровья, и, кроме того, решить финансовые проблемы Соединенных Штатов, поскольку сегодня весь мир озабочен финансовыми трудностями. Кризис активно и все более агрессивно надвигается на многие страны, и в том числе на Соединенные Штаты. В этих условиях достаточно острого развития кризиса демократы хотят переизбрать президента Обаму, а президент Обама предлагает свои варианты преодоления кризиса. В этом ему готовы помочь те, от кого развитие этого кризиса во многом и зависит, — богатые американцы. Многие американские богачи решили, что, когда Америке грозят кризис и экономическая катастрофа, они должны пожертвовать своими личными интересами, и потому они предлагают увеличить свой вклад в бюджет в виде налогов. Это показатель двух важных моментов.

Первое: положение очень опасное, тревожное, и оно заставляет задуматься самых заинтересованных людей, самых богатых американцев.

Второе: эти богатые американцы готовы на экстраординарные меры. Они готовы заплатить деньги за свое благополучие. Они готовы увеличить налоги на богатых и сверхбогатых, и за счет этого решить многие проблемы финансового кризиса для Соединенных Штатов. Одновременно с этим они считают, что могут таким образом решить и другую проблему: в Америке сегодня очень большой разрыв между богатыми и бедными. Этот разрыв увеличился в условиях кризиса, и сегодня для успешного развития экономики его необходимо сократить, т. е. необходимо изменить некоторые моменты в налогообложении, с тем чтобы богатые платили больше. И американские богачи готовы жертвовать деньги для того, чтобы спасти систему. Этот интерес — спасение Америки и сохранение ее экономического благополучия — заставляет их поступиться многими личными финансовыми достижениями. Конечно, это очень показательное для сегодняшней Америки стремление — одновременно решить и проблемы экономики, и сократить разрыв между бедными и богатыми.

Барак Обама по этому поводу энергично выступает и действует. У него есть свои идеологи, свои советники. Один из них,

Пол Кругман, выдвигает новую американскую налоговую концепцию, для того чтобы изменить ситуацию и остановить падение в финансовую пропасть, которое может произойти в случае дальнейшего углубления кризиса, и за счет определенных жертв со стороны самых богатых вывести Америку из кризиса, и тогда создать условия для нового шага вперед.

Это интересное решение отличается от того, которое в 30-е годы XX века принял президент Рузвельт во время Великой депрессии. Рузвельт тогда организовал общественные работы, строительство дорог, строительство гидроэлектростанций. Он хотел дать работу американцам, чтобы вытащить их из долговой ямы уже поразившего страну кризиса, в результате которого были разрушены многие банки, многие большие состояния были потеряны. Казалось, что Америка катится в пропасть.

Рузвельт призвал американцев сплотиться и для этого организовал общественные работы, которые, с одной стороны, давали занятость тем безработным, которых оказалось чрезвычайно много, и, с другой стороны – давали новый и очень существенный толчок в экономике. Строительство автомобильных дорог помогло Америке стать еще более динамичной страной. Автомобилизация Америки пошла еще быстрее, а это не только ускорило перевозку товаров, но и заставило экономику работать. И, работая, американская экономика в каком-то смысле решала и финансовую проблему.

Рузвельт принял решения, которые позволили ему улучшить положение безработных и беднейших слоев. И эта программа, которую называли «кейнсианской», послужила образцом для многих других аналогичных решений в кризисных ситуациях 1930-х годов. Рузвельт победил кризис, и это произошло благодаря тому, что он сумел поднять американскую экономику за счет поддержки ее самых уязвимых мест.

Вместе с тем для окончательного преодоления кризиса многое сделало участие Америки во Второй мировой войне. Военная промышленность Соединенных Штатов заработала на полную мощность, снабжая самолетами, танками, всеми видами оружия армии, флот и авиацию союзников. Война оказалась фактором, который помог преодолеть кризис, и нужно сказать, что это

изменило в Америке отношение к военной промышленности и к войне. Если в Европе война для населения — это всегда что-то страшное, это всегда трагедия погибших от бомбежек, погибших на полях сражений, то в Америке Вторая мировая дала работу американцам и создала новую психологию «Война — значит работа». В этом смысле отношение к войне в Америке и Европе не совпадает.

Одна американка в ходе опроса о том, как она относится к войне, сказала: «Я хочу, чтобы война продолжалась столько времени, сколько мне понадобится для того, чтобы выплатить мою закладную». Я не думаю, чтобы кто-нибудь из европейцев мог так сказать. Тогда это сработало. И американские танки, «студебекеры», самолеты служили и на фронтах Великой Отечественной войны: они поступали по Северному морскому пути, через Мурманск, преодолевая блокаду немецких подводных лодок. И через Иран — по железной дороге, и по морским, океанским путям. Помогая спасти мир от гитлеровской нечисти, американские предприятия военной промышленности одновременно создавали те ценности, которые помогали Америке выйти из кризиса. Ужасная кровопролитная война потребовала больших усилий, но развитие военной промышленности способствовало успеху во время войны.

Конечно, некоторым людям кажется (и такие люди есть и в России), что американцы обязательно начнут войну для того, чтобы выйти из кризиса, без этого они не обойдутся. Мне кажется, что эти люди заблуждаются. Американцы не думают о новой войне. Они думают о том, как найти легитимные средства преодоления этого кризиса. Они нашли эти возможности в новом налоговом обложении, в том, что богатые должны «поделиться», и за этот счет можно решить проблему финансовых затруднений. Программа Обамы, которую активно разрабатывает Пол Кругман, о котором я уже упоминал, начинает работать в Америке. В конце прошлого года появилось намного больше рабочих мест — свыше 100 миллионов, и это, конечно, фактор, который позволяет успешнее бороться с кризисом. Обама, опираясь на эту новую концепцию преодоления кризиса, стремится вывести Америку из состояния экономического потрясения. Он

добился определенных успехов, что отразилось и на повышении его рейтингов и его популярности

Если говорить о президентских выборах в Америке, то сейчас самое начало предвыборной кампании. Успехи Обамы в некоторых особо острых экономических ситуациях подняли его популярность. Уже говорят о том, что статистические данные и данные социологических опросов предсказывают возможную победу Обамы на выборах, и это дает стимул дальнейшему развитию плана Обамы: с одной стороны, воспользоваться деньгами богатых, с другой стороны – поддержать бедных, улучшая их медицинское обслуживание, предоставляя им медицинскую страховку по новому законодательству, которое провел действующий президент.

В американской избирательной кампании наметились два тренда. Первый – некоторое улучшение позиций Обамы, на которого нападают и на которого республиканцы хотят свалить все беды американской экономики, называя его «президентом одного срока», называя его неудачным президентом. Но Обама показывает решимость отстаивать свою линию.

В то же время республиканцы пытаются со своей стороны добиться победы на выборах. Каждый, кто только может, – как говорят, только ленивый не выдвигает себя в президенты. И в президенты потянулись все правые лидеры, все правые деятели. В начале 2012 года выяснилось, что американские избиратели не очень-то поддерживают консервативных республиканцев, и во время предварительных выборов, так называемых «праймериз», американцы голосуют за республиканцев-либералов. Первые места на предварительных выборах, которые традиционно считаются важными для определения итогов выборов, занимают либеральные кандидаты. Таким кандидатом является Митт Ромни, бывший губернатор штата Массачусетс, который известен своими либеральными взглядами. В американской политической борьбе происходят парадоксальные явления. Идет борьба не столько между демократами и республиканцами, сколько между правыми консервативными республиканцами и либеральными республиканцами. И в этой борьбе чаще берут верх либералы. Ромни победил на предварительных выборах

в Нью-Хэмпшире, эти предварительные выборы традиционно являются важнейшим сигналом к тому, кто будет президентом. Традиционно считается, что тот, кто победил в Нью-Хэмпшире, будет сидеть и в Белом доме. Митт Ромни победил. Его крайне консервативно и агрессивно настроенные противники, такие как Ньют Гингрич, потерпели поражение.

Сегодня, когда кампания только начинается, выясняется, что американцы не готовы уйти от либеральных традиций, но готовы искать новых людей. И здесь Обама оказывается очень успешным пропагандистом в борьбе за голоса и поддержку населения. Его либеральные взгляды одерживают победу и внутри Республиканской партии. Это сложный процесс, поскольку на дискуссиях, кому от республиканцев быть президентом, идет больше разговор о том, как преодолеть этот консервативный синдром, чем о том, как победить Обаму.

Надо иметь в виду, что, конечно, в американской политической системе доминируют партии — республиканцы и демократы. Но и в той и в другой партии имеются два крыла — либеральное и консервативное, у демократов есть свои консерваторы, а у республиканцев — свои либералы, которые пока берут верх. В этом смысле президентская кампания еще не определила, кто победит, но пока ясно, что, если бы выборы были сегодня, то на этих выборах скорее всего состязались бы Митт Ромни и Барак Обама, т. е. два представителя либерального крыла. А правые оказываются в довольно злобном и ожесточенном лагере, который пытается дискредитировать эти либеральные идеи и либералов, но пока не добиваются успеха.

Конечно, эти выборы будут только в ноябре, еще рано судить, но и предварительные итоги показывают, что американцы не готовы к тому, чтобы отказаться от тех либеральных сдвигов, которые произошли в Соединенных Штатах с избранием Барака Обамы. И не только демократы, но и многие республиканцы хотят, чтобы следующий президентский срок продолжался в духе либеральных реформ.

Конечно, нам еще предстоит ждать дня выборов. Но еще нет сильного правого кандидата-консерватора. Пока есть сильные кандидаты на либеральном фронте — это действующий пре-

зидент Обама, который не сдает своих позиций, и его республиканский противник Ромни, который, конечно, отстаивает интересы республиканцев. Он, конечно, хочет добиться президентства, но его программа либеральная, и в данном случае можно полагать, что кто бы ни победил на этих выборах, если этот тренд сохранится, то в Америке в любом случае президентом будет человек скорее с либеральными взглядами.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. — 2012. — № 2 (колонка редактора).

ПРОРОЧЕСТВА ЗБИГНЕВА БЖЕЗИНСКОГО НА 2012 ГОД

В первом номере за 2012 год американского журнала *Foreign Policy* («Иностранная политика»), который издается один раз в месяц и посвящен проблемам современной международной жизни, опубликована статья знаменитого американского публициста, журналиста и исследователя Збигнева Бжезинского под названием «Как будет выглядеть мир в век американского упадка — опасно нестабильным?».

Бжезинский высказывает свои соображения по поводу развития международных отношений, судеб мира и Соединенных Штатов в условиях резко меняющихся реалий. Он делает упор на упадок американского влияния и видит в этом большую опасность для мира.

Для приличия в начале статьи он ссылается на заявление некоего китайского чиновника высокого ранга, который пришел к заключению, что упадок Америки и подъем Китая — оба неизбежны, сказав в припадке откровенности американскому чиновнику: «Пожалуйста, пусть Америка не падает слишком быстро!».

После этого вступления Бжезинский берется за привычное для себя дело выяснения геополитических последствий упадка роли Америки. Начинает он прежде всего с того, что у Америки как у мирового лидера не будет одного преемника — даже Китай не сможет выполнить эту роль. Международная неопределенность, возрастание напряженности среди глобальных партнеров и просто хаос будут, по мнению Бжезинского, наиболее вероятными последствиями этого процесса.

Еще один быстрый и масштабный кризис американской системы, например, приведет к быстро развивающейся цепной реакции, которая в свою очередь приведет к глобальному политическому и экономическому беспорядку. Постепенный упадок Америки может привести к бесконечным войнам с исламом. Вряд

ли возможно гарантировать, по мнению З. Бжезинского, даже к 2025 году мир, в котором можно будет создать силу, способную выполнять роль, которую до сих пор играли Соединенные Штаты.

В связи с этим Бжезинский напоминает, что после распада Советского Союза в 1991 году предположение об усилении роли Соединенных Штатов и об их превращении в нового глобального лидера, сотрудничающего в интересах укрепления мирового порядка, не оправдалось.

Теперь Бжезинский предрекает длительную фазу неразрешимых и неудачных попыток создания глобальных и региональных центров с потенциальными фатальными рисками для всеобщего благополучия — скорее, чем мир, в котором восторжествуют мечты о демократии, появится мир заботы о национальной безопасности, основанной на меняющихся разных формах соединения авторитаризма, национализма и религии.

Затем он делает прогнозы на будущее: выделяет группу второклассных мировых держав: среди них Индия, Япония, Россия и некоторые европейские страны — они уже рассматривают потенциальные последствия упадка Соединенных Штатов для их соответствующих национальных интересов.

Разбирая конфликты, Бжезинский считает, что Япония, напуганная усиливающимся Китаем, который доминирует на азиатской территории, может подумать о более близких связях с Европой. Другое предсказание касается Индии: лидеры Индии и Японии могут подумать о более тесных политических и даже военных связях в случае упадка Америки и роста китайского влияния.

Россия, которая, по его мнению, почти наверняка начнет заниматься беспочвенными рассуждениями и соображениями относительно американских перспектив, обратит свой взгляд на независимые государства бывшего Советского Союза.

Объединенная Европа, видимо, будет тянуть мир в нескольких направлениях: Германия и Италия будут тянуться к России ввиду своих коммерческих интересов; Франция и ощущающая отсутствие безопасности Центральная Европа будут стремиться к более тесным связям в рамках Европейского союза; Британия же будет манипулировать балансом отношений с Евросоюзом,

при этом сохраняя свое особое отношение с теряющими влияние Соединенными Штатами.

Другие могут двигаться еще быстрее, чтобы создать свои собственные региональные сферы влияния: Турция – в районе старой Османской империи, Бразилия – в южном полушарии, и так далее. Но ни одна из этих стран, однако, не будет иметь возможности объединить экономические, технологические, финансовые, военные составляющие, для того чтобы попытаться стать наследником американского лидерства.

Далее, продолжая обзор геополитических перспектив, Бжезинский утверждает, что Китай, который неизбежно рассматривается как наследник Соединенных Штатов, конечно же имеет впечатляющий имперский опыт и стратегическую традицию тщательно соблюдаемой терпимости. Оба этих фактора имеют критическое значение для его в целом успешной тысячелетней истории.

Бжезинский призывает США либо проводить в жизнь новую внешнеполитическую стратегию, либо готовиться к глобальным потрясениям, и он перечисляет пять зон возможных турбулентностей.

1. Грузия станет уязвима перед «политическим запугиванием и военной агрессией» со стороны России, полагает автор и продолжает свои запугивания: «Чем это грозит: власть России над южным “коридором” нефтегазового снабжения Европы, возможное усиление давления на Европу, дабы она смирилась с политическими целями Москвы; “эффект домино” в Азербайджане», – заключает он свою статью.

2. Тайвань станет уязвимее под нажимом Китая и подпадет под очарование его экономических успехов. Воссоединение приблизится, но на условиях, выгодных, скорее, Пекину. «Чем это грозит: риск серьезной конфронтации с Китаем», – пишет автор.

3. Южная Корея окажется перед дилеммой: смириться с региональным господством Китая или укрепить отношения с Японией. «Это грозит: опасностью для военно-экономической стабильности на Корейском полуострове; кризисом доверия Японии и Южной Кореи к существующим обязательствам США».

4. Белоруссия. «Заметный упадок Америки даст России шанс безо всякого риска абсорбировать Белоруссию», – полагает автор. «Чем это грозит: пошатнется безопасность Прибалтики, особенно Латвии», – говорится в статье.

5. Украина: у Европы ослабнут желание и возможности интегрировать эту страну в западное сообщество. «Чем это грозит: возрождением имперских амбиций России», – пишет автор.

6. Афганистан уже погряз в разрухе. Если американские войска будут выведены спешно, весьма вероятен распад Афганистана и соперничество соседей за влияние. «Чем это грозит: возрождение “Талибана”; индийско-пакистанская “война чужими руками”; появление убежища для международного терроризма», – сказано в статье.

7. Пакистан может переродиться в государство под управлением военных, радикальное исламистское государство с комбинированным военно-исламистским правлением или в квазигосударство без центральной власти. «Чем это грозит: полевые командиры с ядерным оружием; приход антизападного, располагающего ядерным оружием правительства типа иранского; региональная нестабильность в Центральной Азии, причем насилие потенциально выплеснется в Китай, Индию и Россию», – предсказывает Бжезинский.

8. Израиль, а также «Большой Ближний Восток» в целом. Упадок Америки спровоцирует настоящие «тектонические сдвиги», которые подорвут политическую стабильность. Бжезинский видит угрозу прямой конфронтации Израиля или США с Ираном; рост исламистского радикализма и экстремизма; всемирный нефтегазовый кризис сделает уязвимыми позиции союзников США в Персидском заливе.

Перед лицом развивающегося кризиса Бжезинский растерянно перечисляет растущие угрозы тектонических потрясений мировой экономики и политики.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2012. – № 3 (колонка редактора).

ПАМФЛЕТ ПРОТИВ ПОШЛОСТИ

Книга Сергея Александровича Муратова «Я думаю, ты думаешь...» посвящена телевидению. Это очень неожиданное название для книги о телевидении. Человек с обыденным сознанием считает, что телевидение учит не думать, что телевидение и мысль не совместимы. Профессор Муратов в своей книге пытается доказать, что телевидение ценно именно потому и только тогда, когда его создают думающие люди. Эта книга посвящена думающему человеку. Конечно, *homo sapiens* – это и есть думающий человек, но почему-то все то, что рассчитано на широкую аудиторию, считается легковесным и лишенным глубины мысли.

Это заблуждение или это убеждение многих журналистов, и особенно телевизионных журналистов, разбивает Сергей Александрович Муратов в своей книге. «Я думаю, ты думаешь...» – книга против пошлости, против скороспелых заключений. Эта книга против легковесной и бездумной массовой культуры. Эта книга в защиту думающего человека. И защищая думающего человека, автор, профессор факультета журналистики, профессор телевизионных наук, знающий законы и особенности телевидения, восстает против априорных расхожих суждений, против той априорности, которая часто присутствует на нашем телевидении, сочетающем в себе быстроту ответной реакции и быстроту отрицания ценностей под предлогом борьбы за доступность содержания в угоду гражданам, не посвященным в тайны телевидения.

Сергей Александрович Муратов выступает в защиту этого непосвященного человека. Он отрицает многие шаблонные аксиомы массовой культуры и ее псевдотеоретиков. В книге автор стремится к истине через отрицание абсолютной истины и через попытку найти пути к познанию этой истины. Важнейший путь к этому познанию лежит через сомнение. Через сомнение в том, что кажется очевидным, через сомнение в общеизвест-

ных истинах и через стремление создать новую шкалу познания, отрицающую пошлое представление о знании и о телевидении. По существу, эта книга обличает невежество и отвергает попытки легковесного мудрствования, доказывая силу и значимость так называемых «общих» истин, которые перестают быть общими мыслями, когда проходят проверку сомнением. Здесь слова, которые, конечно, в первую очередь, должен знать каждый журналист — «Я думаю, ты думаешь...», потому что журналист должен быть думающим человеком и должен уважать мысли другого. Эта книга, пожалуй, может быть признана ключом к расшифровке силы и значимости сегодняшнего телевизионного вещания, когда многие, говоря об упадке интереса к телевидению, осуждают его за общедоступность, за трафаретность, за общие места.

В защиту телевидения Сергей Александрович выставляет главный довод — мысль критическую, и само название книги заставляет понять, что мысль может развиваться только в диалоге, только в дискуссии, только в столкновении мнений. Это важная истина для любого журналиста, и особенно она важна для телевизионного журналиста. Справедливо считают, что телевидение — самое массовое искусство, самое доступное, самое наглядное, самое неопровержимое. Вместе с тем телевидение быстро наскучило человечеству, и сегодня многие умудренные опытом телевизионные журналисты не без кокетства говорят: «Я давно не смотрю это телевидение». Им кажется, что они выносят телевидению приговор. Но на самом деле это приговор этим людям, которые не верят в возможности развития критической мысли, которая все подвергает сомнению и, вместе с тем, восстанавливает уважение к истине и к познанию этой истины через диалог, через дискуссию. Такая книга, которая воинственно защищает думающего человека, думающих людей, не зря названа «Я думаю, ты думаешь...». Только думающие люди могут преодолеть тот заслон пошлости, который сегодня обрушился на нас с телевизионного экрана. Воспитание думающего журналиста, слушателя, зрителя, читателя — прежде всего для того, чтобы излечить телевидение от тех недугов, которым оно сегодня подвержено. Телевидение разошлось на софизмы и общеизвестные истины.

Конечно, единственное противоядие — это критическая мысль, которая не дает человеку возможности верить на слово и подчиняться господствующим суевериям. У этого суеверия, как и у пошлости телевидения, границы чрезвычайно велики, и разрушить эту пошлость и это недоверие можно, развивая способности думать, сопоставлять, критиковать. Только диалог может избавить нас от самообмана с видимостью доступности истины.

Эта замечательная книга Сергея Александровича Муратова может считаться антологией заблуждений, связанных с доверием к общеизвестным истинам, с доверием к легковесным сентенциям. Она помогает вернуться к живому слову, к живой мысли. На этой основе восстановить доверие к думающему человеку, к человеческой мысли, которая не может быть засалена, замазана трафаретными пропагандистскими лозунгами, стереотипами, штампами. Сергей Александрович показывает в книге, что иногда и расхожие мысли оправдываются, но главное, что они могут быть оправданы или отвергнуты только в процессе столкновения мнений, в процессе столкновения мыслей в диалоге. Книга начинается с заглавия, которое сразу вводит нас в самую суть спора, который затевает Сергей Александрович. «Я думаю, ты думаешь...» — это диалог думающих людей, которые думают и делают это во взаимодействии с другими думающими. Я думаю — значит, я существую; здесь подход несколько иной: я думаю, ты думаешь, мы думаем, мы остаемся в нашем незнании и в нашем стремлении к познанию.

Эта книга учит учиться.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. — 2012. — № 4 (колонка редактора).

НОВЫЙ ВАРИАНТ ОБЩЕСТВЕННОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В РОССИИ

В конце 2011 – начале 2012 года в нашей информационной атмосфере произошли серьезные изменения. Можно сказать, что это были потрясения. Они связаны с созданием общественного телевидения. Общественное телевидение в России рождалось в муках. Впервые о нем заговорили сразу после того, как был избран Верховный Совет: многие выдвигали идею общественного телевидения, но она тогда не получила поддержки в нашем журналистском обществе, среди представителей телевизионной элиты. Тем не менее популярность самой идеи общественного телевидения была очень велика, и была сделана попытка создать такое телевидение.

Это общественное телевидение создавалось достаточно формально, и можно сказать, что «общественное телевидение № 1» было во многом просто пародией на общественное телевидение. Дело в том, что финансировалось это телевидение Борисом Березовским, который играл весьма важную роль в политической жизни России того времени. Он предложил свои услуги для создания общественного телевидения. Было создано Общественное российское телевидение, ОРТ, которое было не столько общественным телевидением, сколько частной инициативой Березовского. Тем не менее оно существовало официально, и ОРТ можно считать проектом общественного телевидения № 1.

Можно легко разобраться, в чем была особенность этого проекта: это телевидение было связано с одним из главных игроков в информационном пространстве. Березовский тогда не только финансировал ОРТ, но и играл важную роль в финансировании информационных проектов. В данном случае Березовский восполнял отсутствие финансовой базы для создания общественного телевидения, для развития новых институтов, информационных и медийных. Березовский сразу стал одним из главных

игроков в экономике информационного пространства. И если считать ОРТ первой попыткой создания общественного телевидения, то это была попытка, скорее, замаскировать телевидение, которое принадлежало одному из самых богатых и влиятельных в информационных структурах человеку. И если мы назовем ОРТ общественным телевидением № 1, то за этим мы увидим, с одной стороны, признание важности общественного телевидения, а с другой стороны, неспособность создать его на реально общественных основах. Борис Абрамович Березовский, безусловно, человек очень способный и проявивший себя весьма ловким дельцом и предпринимателем в информационно-коммуникационной сфере, сумел сыграть свою роль в том, что попытался каким-то образом доказать, что в России есть общественное телевидение.

Конечно, на деле это было не общественное телевидение, а частная инициатива Березовского, который был тесно связан с Борисом Николаевичем Ельциным, служил ему в данном случае. Как проект общественного телевидения, ОРТ был проект неудачный, сразу же потерпевший поражение, использовавший название «общественное телевидение» для того, чтобы замаскировать отсутствие этого общественного телевидения и создать его видимость. А на деле это телевидение, принадлежавшее Березовскому, было частью процесса олигархизации телевидения, который имел для нашего ТВ-вещания губительные последствия.

Произошедшие с тех пор события привели в конце концов к сегодняшнему решению руководства России о создании общественного телевидения. С 1 января 2013 года оно должно начать вещание. Таким образом, это будет начало нового этапа в развитии телевидения и нового этапа в развитии информационного пространства в России. Дело в том, что концепция общественного телевидения долго обсуждалась, был принят документ об общественном телевидении, издано Постановление правительства о создании общественного телевидения и, наконец, назначен директор общественного телевидения и создан Попечительский совет телевидения. Конечно, это меняет ситуацию по сравнению с телевидением Березовского. Новый вариант обществен-

ного телевидения связан с развитием гражданского общества, где важную роль играют Общественная палата, журналистская общественность и особенно президентская комиссия по правам человека во главе с Михаилом Александровичем Федотовым, одним из авторов Закона о печати.

В июле 2012 года сделан важный шаг: директором общественного телевидения назначен Анатолий Григорьевич Лысенко и избран Попечительский совет. Таким образом, имеется руководитель и имеется институт, который обеспечивает общественный характер этого телевидения в виде Совета, который был избран в результате длительных усилий различных общественных организаций. Достигнут известный компромисс между действиями разных сил. Результатом этого компромисса является создание этого второго варианта общественного телевидения. Так или иначе, судя по решению, которое принимается, руководство России твердо намерено изменить атмосферу нашего телевизионного вещания, создав новый центр в виде этого общественного телевидения, которое будет возглавлять Анатолий Григорьевич Лысенко.

Лысенко является в данном случае очень важной фигурой, поскольку он уже сыграл ключевую роль в развитии российского телевидения. Он стоял у истоков рождения ВГТРК, и когда ВГТРК создавалась Лысенко, это, можно сказать, был вариант того самого общественного телевидения, которое мы бы и хотели видеть в России.

В силу различных обстоятельств, трудностей в развитии концепции общественного телевидения, нежелания многих видных деятелей согласиться с тем, что будет создана новая телевизионная структура, создание общественного телевидения заняло достаточно длительное время. Но сегодня уже принято решение о начале вещания с 1 января 2013 года, и это заставляет задуматься над тем, что принесет российской информационной структуре новое общественное телевидение. Ясно, что изменения будут очень существенными. Новый директор общественного телевидения уже имеет за своими плечами опыт создания прекрасно и активно действовавшего канала, и этот опыт, конечно, будет им использован.

Мы можем подумать о том, какие же новые моменты возникнут в России. Создание общественного телевидения дополнит картину имеющихся федеральных каналов. Все они на слуху. «Первый канал», возглавляемый Константином Эрнстом, — канал, который отличается высоким качеством художественного вещания, взвешенным освещением международных событий, качественными программами, которые получили признание и в России, и за ее пределами. Второй канал, «Россия 1», под руководством Олега Добродеева. Канал НТВ, который принадлежит «Газпрому», управляется Владимиром Кулистиковым и является, по существу, главным информационным каналом, как бы он ни назывался иначе. Можно сказать, что лучшие информационные программы идут по НТВ. Формально это частный канал, но принадлежит он государственной нефтегазовой монополии. Это три основных канала. Конечно, есть еще канал «Культура», но он рассчитан на интеллигентную, элитарную, относительно небольшую аудиторию. Имеется канал «Россия 2», который сочетает спорт и культуру. Они не могут состязаться с другими каналами, но тем не менее их можно считать важными элементами телевизионной культуры.

Если мы возьмем основные задачи телевидения, которые были обозначены при создании других общественных каналов телевидения, таких, как Би-би-си, Евроньюс, то мы увидим, что наши главные федеральные каналы — «Первый», «Россия 1» и НТВ — основные, которые обслуживают информационные интересы аудитории. Другие каналы имеют более четко выделенные группы зрителей. Наконец, имеется новый канал, «Вести 24», который постепенно становится самым оперативным информационным ресурсом. Его возглавляют молодые и очень талантливые журналисты, во главе канала стоит наш выпускник.

И в этой структуре с 1 января 2013 года появляется новый федеральный канал, который будет называться «Общественное телевидение», будет иметь свою информационную службу, свою образовательную службу и свою службу художественного вещания. Контролировать этот канал будет Попечительский совет. Этот канал будет проводником идей гражданского общества. Пока программа этого канала еще не сформулирована. Сейчас

можно сказать, что во главе этого канала поставлен очень талантливый и многоопытный телевизионный журналист, знаток телевидения Анатолий Григорьевич Лысенко, который известен многими идеями. На его счету замечательная молодежная команда, которая создала «Взгляд», и многие другие интереснейшие инициативы. Поэтому мы вправе ждать от него реальных открытий в телевизионном вещании. Это хорошая перспектива, и, мне кажется, в любом случае уже можно сказать, что если канал откроется в январе 2013 года, то общественное телевидение изменит структуру нашего информационного, образовательного и художественного телевизионного вещания, сделав их более содержательными, интеллектуально насыщенными. Это телевидение будет задавать более высокие стандарты телевизионного искусства.

Руководство нового канала в лице Анатолия Григорьевича Лысенко пока еще не высказало свое видение телевизионных программ. Ясно, что будет новая сетка информационного вещания, канал будет стремиться отразить интересы гражданского общества, которое будет хозяином этого телевидения. Можно надеяться, что интересы гражданского общества будут представлять лучшие журналистские силы, которые себя уже проявили в этой сфере, — а это сегодня очень востребовано российским информационным окружением.

Помимо того, что будет создан новый федеральный канал, уже действующие также должны будут учесть наличие этого нового канала, что сулит существенные изменения в атмосфере телевизионного вещания. Телевизионная информационная среда должна существенно измениться. Какие возможны изменения? Во-первых, в информационном вещании, как определил Анатолий Григорьевич Лысенко в своих немногочисленных, но очень точных выступлениях, он будет ориентироваться на развитие самостоятельного взгляда на телевизионное творчество, на развитие интеллектуального потенциала аудитории. Одной из отличительных сторон общественного телевидения станет то, что это будет телевидение интеллектуальное, телевидение, развивающее интересы и понимание тех проблем, которые сегодня волнуют наше общество. Конечно, сам факт создания более

конкурентной среды уже является существенным фактором, который изменит наше телевидение в будущем году. И мы вправе на это рассчитывать.

У нас имеются богатые ресурсы, которые не были полностью использованы ни Первым, ни российским каналом, ни НТВ. Конечно, ситуация будет более интересной, более живой. Мне представляется, что откроются возможности для появления новой поросли телевизионных журналистов, выросших уже в условиях зрелого телевидения и имеющих свою концепцию. Мне кажется, что молодые телевизионные силы, которые во многом были воспитаны тем же Анатолием Григорьевичем Лысенко, и в рамках «Первого» канала, и канала «Россия 1», и НТВ, показывали интересные образцы творчества, но все-таки далекие от интересов растущей молодой аудитории. Таким образом, явно произойдет обновление и омоложение нашего телевидения. Речь будет идти не только о том, что мы получим новые программы на канале общественного телевидения, но и о том, что изменится вся атмосфера телевидения, в которой будет в большей степени развиваться культура гражданского общества. Конечно, те заделы, которые были сделаны в начале 2010-х годов и в ходе предвыборных кампаний, и в ходе дискуссий, которые были в преддверии выборной кампании в Думу и президентской кампании, с одной стороны, показали слабости нашего телевизионного вещания, а с другой стороны, проявили наличие новых тенденций, новых стремлений к телевидению диалогичному, к телевидению думающему, к телевидению открытому. Эти качества необходимы общественному телевидению — открытость, способность к диалогу с аудиторией и, наконец, умение предлагать новые идеи, новые решения проблем современного общества, которое по праву называется информационным и живет в условиях новых информационных технологий. Это мультимедийные цифровые технологии, они облегчают и усиливают возможности восприятия информационных программ. Очень важно, что появляется новый лидер в виде общественного телевидения, которое не будет иметь административной функции, но будет показывать новые образцы решений телевизионных задач. Я вижу эти новые моменты пре-

жде всего в развитии состязательности на телевидении, в развитии диалогичного телевидения, в развитии познавательного телевидения, телевидения думающего, борющегося за зрителя и отстаивающего новые ценности гражданского общества. Я думаю, это уже будет существенным изменением в том, что происходит в нашей жизни.

За этим, как мне кажется, должно последовать многое другое. Если мы посмотрим на опыт зарубежного общественного телевидения, то мы увидим, что в жизни Англии, Франции, Италии и других стран общественное телевидение играет очень важную роль. Би-би-си — это не только замечательные информационные программы, но и замечательные образовательные программы, замечательные фильмы, интереснейшие дискуссии по проблемам развития человечества, науки, интеллектуального потенциала общества. Если мы обратимся к французскому телевидению, то увидим, что важнейшим элементом развития современной французской телевизионной культуры являются фильмы, которые выпускает французский общественный канал. Также на английском телевидении продукция Би-би-си является важным фактором развития английской культуры, как традиционной, так и новой — кинокультуры, театральной культуры и культуры дискуссий, споров, диалога. Таким образом, мы можем рассчитывать на то, что наше телевидение будет способствовать развитию интеллектуальных ресурсов журналистов в большей степени, чем это было до сих пор. Многое здесь зависит от того, насколько наше общественное телевидение сможет вызвать интерес у молодого образованного зрителя и у традиционного зрителя российского телевидения. Мне кажется, что внедрение дискуссионного и интеллектуального элементов будет очень важным фактором.

Я думаю, что трудно загадывать, что сделает общественное телевидение, но я предвижу некоторые важные события. Первое — увеличение количества новых фильмов, которые будут создаваться в рамках общественного телевидения. Традиции и опыт Евроньюс и французского, английского и американского телевидения в этом смысле очень важны для нашего общественного телевидения. Нам есть чему поучиться и есть что включить

в сферу нашего телевизионного вещания, с тем чтобы преодолеть ту худосочность современного телевидения, натужность, которая особенно проявляется в новостных программах. Я думаю, что очень важно улучшить международное вещание, освещение международной жизни. Я думаю, что и опыт советского телевидения здесь должен быть использован в полной мере. Конечно, «Международная панорама», выступления международных обозревателей были очень популярны. Сегодня мы имеем очень серьезных и толковых журналистов, которые могут по-новому рассказать нашей аудитории о том, каков современный мир, быстро меняющийся и изменяющий наши представления, связанные с развитием гражданского начала в обществе.

Я думаю, что все это будет важно не только благодаря тому, что появится общественное телевидение, но само по себе общественное телевидение создаст новую точку отсчета в развитии телевидения, связанную с интересами гражданского общества. Оно должно учитывать как общественные интересы, что является в первую очередь задачей телевидения, которое носит название общественного, так и интересы современного человека, современной личности, которая выросла в новых условиях достаточно богатой информационной атмосферы. Особенно важно понимать и учитывать, что наша аудитория включает в себя не только федеральные каналы. Сегодня федеральные каналы одряхтели. Их рано еще отправлять на пенсию, но они должны быть обновлены, омоложены не с точки зрения возраста журналистов, а с точки зрения тех идей, которые они несут нашей аудитории. Мы вправе рассчитывать на новые подходы общественного телевидения к развитию международного вещания, интеллектуального вещания, культурного вещания. Конечно, мы вправе увидеть более многообразный, более живой и лишенный плоскости современный мир, который очень быстро меняется. Беда нашей аудитории состоит в том, что мы живем не в XXI веке, и даже не в XX, а может и в XIX. Мы не видим в полной мере тех перемен, которые несет бурное развитие новых центров культуры, в том числе и телевидения, — развитие индийского, китайского, бразильского, южноафриканского телевидения. Эти телевизионные центры, конечно, существен-

но меняют лицо современного телевидения. Появляются новые качества — мультимедийность, доступ к новейшим технологическим открытиям. И с этой точки зрения наше общественное телевидение призвано принять реальное участие в обновлении самой концепции современного телевизионного вещания с учетом изменяющегося мира. Мы должны более активно войти в этот новый мир, мир, который перестал жить по старым канонам, по старым лекалам. Новые лекала позволяют нам сделать общественное телевидение более интересным, живым и продуктивным — телевидением, которое будут смотреть сегодня.

Если спросить у студента факультета журналистики, что интересного есть на телевидении, он скажет: «Я смотрю новости, а так в общем-то живу в Интернете». И сблизить общественное телевидение с интернет-действительностью — это важнейшая проблема для современного телевидения, для общественного телевидения, потому что новая интернет-аудитория отличается очень высоким уровнем творческого подхода, самостоятельности и живости восприятия мира. Мы не сможем создать настоящее общественное телевидение, если мы не сумеем найти пути не только для дискуссии, но прежде всего для обмена идеями с миром Интернета, с той огромной интеллектуальной и информационно богатой аудиторией, которая нас окружает и которая живет не только в национальных системах, но и в тех социальных сетях, которые существенно расширяют и ускоряют развитие новых форм восприятия мира и его анализа.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. — 2012. — № 5 (колонка редактора).

МИТТ РОМНИ ПРОТИВ ОБЩЕСТВЕННОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

В Соединенных Штатах борьба за президентское кресло завершилась победой Барака Обамы. В начале президентской кампании Обама вышел вперед и опережал Ромни. После первых дебатов ситуация обострилась, выступление Ромни способствовало увеличению числа желающих голосовать за него. И если до этого считалось, что вопрос о президентских выборах решается в пользу Обамы, то после выступления Обамы и Ромни в президентских дебатах в Денвере ситуация изменилась, и рейтинги Ромни и Обамы сравнялись.

Сторонники Ромни стали говорить о том, что он победил в дебатах и что у него есть хорошие шансы победить и на выборах. Ромни, видимо, произвел тогда серьезное впечатление на публику и на американскую общественность, и это заставило Обаму активизировать свои действия. Противостояние Обамы и Ромни становилось все более острым. Обама отвечал на выступления Ромни, но Ромни казался на том этапе более привлекательным в глазах населения.

В ходе этих дебатов Ромни выдвинул новый тезис, который не был до этого вовлечен в дискуссию. Он сказал, что если его изберут президентом, то он перестанет финансировать общественное американское телевидение — Пи Би Эс, он будет экономить деньги. Об этом же он сообщил, обращаясь к Джиму Лереру, который ведет аналитические новостные программы на Пи Би Эс. Он сказал: «Мне жаль, Джим, — я должен прекратить субсидии Пи Би Эс. Я собираюсь остановить и другие вещи. Я люблю Пи Би Эс. Я люблю Большую Птицу. Я люблю и вас также. Но я больше не готов тратить деньги, занимать их у Китая и платить за Пи Би Эс». Таким образом, Ромни предложил экономить на общественном вещании.

Эти слова Ромни вызвали протесты, конечно, прежде всего у руководства Пи Би Эс, публичного вещательного канала

Соединенных Штатов. Кроме того, сама компания Пи Би Эс, которая ведет передачи общественного телевидения, выступила против Ромни.

Газета «Нью-Йорк Таймс» в связи с этим также опубликовала резкий комментарий, где высказалась негативно о предложении Ромни. Заявлено было буквально следующее: «Губернатор Ромни не понимает ту ценность, которую американский народ видит в общественном вещании, и ту пользу, которую приносят инвестиции в общественное телевидение нашей нации. Мы считаем, что очень важно об этом сказать прямо и назвать факты, которые говорят сами за себя. Что же говорят факты? — продолжает журналист газеты «Нью-Йорк Таймс». Он рассказывает о передаче, в которой действует Большая Птица, — эта передача называется «Улица Сезам», знаменитый Сезам, который был известен и в России по арабским сказкам («Сезам, открой мою дверь» — эта восточная легенда ожила в мультипликационных фильмах, которые выпускала и распространяла Пи Би Эс). Журналист газеты «Нью-Йорк Таймс» Чарльз М. Блоу говорит в связи с этим: «С 1969 года Большая Птица была королем на Сезам-стрит. Когда я был ребенком, Большая Птица и ее друзья научили меня писать, показали мне цвета, которые я научился различать, научили меня основам математики. Большая Птица и ее друзья также показали мне, что это значит — разрешать конфликты добротой, воспринимать различия между людьми и поддерживать менее удачливых. Знаете ли вы что-нибудь о том, как живут менее удачливые, или вы думаете, что все они должны быть выброшены в корзину?». Эти резкие слова журналист адресовал Ромни, претенденту на пост президента.

Блоу, журналист «Нью-Йорк Таймс», продолжает свою защиту Пи Би Эс, говоря о передаче «Сезам-стрит». Он говорит о том, что для него в юности очень важны были передачи Пи Би Эс, это позволило ему понять многие научные проблемы, которые не рассматривались в школе в его провинциальном городке. «Я мог следить за развитием важных событий, потому что я смотрел передачи Пи Би Эс. Я никогда не изучал искусство или дизайн в школе, в колледже. Я занимался английским языком перед тем, как переключиться на коммуникации.

И все же я стал в конце концов директором по дизайну в “Нью-Йорк Таймс” и руководителем национального географического журнала. Это произошло во многом благодаря тем знаниям, которые я получил от Пи Би Эс. Я действительно не предполагаю, что Митт Ромни понимает ценность таких вещей, как Пи Би Эс, для народа, для таких, как я, — тех, кто вырос в бедности, в сельских районах и маленьких школах. Это места, где нет музеев и подготовительных классов в школах и, конечно, нет денег для того, чтобы платить репетиторам». Продолжая свою статью, журналист пишет: «Я честно не понимаю, почему я должен быть в мире без Пи Би Эс».

На это обращает внимание и канал Пи Би Эс: «В течение года 91% всех американских домов, имеющих телевидение, включают местные станции Пи Би Эс. На самом деле наша аудитория достигает 81% американских детей в возрасте от 2 до 8 лет. Каждый день американская публика получает серьезную информацию и инвестиции в тех, кто учится. Здесь все то, что видят американцы, слышат и читают в средствах массовой информации и что, конечно, очень важно для развития нашего народа».

Закljučая статью в защиту Пи Би Эс, американский журналист Блоу пишет: «Пи Би Эс — это национальное богатство, а Большая Птица — это наша Золотая птица». Он приглашает присоединиться к нему в Фейсбуке или Твиттере или начать обсуждение с помощью электронной почты.

Этот американский журналист, таким образом, очень резко выступает по поводу речи Ромни. Он обеспокоен тем, что закроют Пи Би Эс. Программа действий кандидата в президенты Ромни не удовлетворяет корреспондента газеты «Нью-Йорк Таймс», и он вновь призывает читателей посмотреть на опасность, которую несет закрытие Пи Би Эс.

Конечно, роль Пи Би Эс особенно важна в Америке, как и в других странах, где принимают эту телевизионную станцию. Независимое общественное телевидение является важнейшим инструментом просвещения, распространения научных знаний о мире, и потому все эти публикации, конечно, отражают мнение большинства американцев, которых новые предложения Ромни не привлекают. И нападки Ромни на Пи Би Эс воспри-

нимаются прежде всего теми, кто слушает и смотрит этот канал. В той полемике, которая происходила в связи с президентскими выборами, очевидным становится различие позиций демократов и республиканцев. Демократы хотят продолжать работу Пи Би Эс, выпуская программы, просвещающие население, в то время как республиканцы готовы были сократить ассигнования и вообще прекратить поддерживать независимое телевидение, с тем чтобы отдать американскую аудиторию, американское телевидение в частные руки коммерсантов, которые содержат телевидение на доходы от рекламы.

Таким образом, здесь позиции двух партий разошлись. С одной стороны, проявляется нежелание консерваторов из Республиканской партии поддерживать культурные программы, восполнять пробелы школьного образования программами Пи Би Эс и, с другой стороны, действия Демократической партии, которая пытается защищать интересы беднейших слоев населения, интересы тех, у кого нет денег на то, чтобы нанимать репетиторов. Это резкое расслоение американского общества, проявившееся после первой же серии дебатов между кандидатами в президенты, отражает остроту и сложность политической борьбы, которая шла в Соединенных Штатах Америки.

Конечно, Ромни не самый закоснелый консерватор. Он отличается от многих других республиканцев-политиков более толерантным и ориентированным на просвещение подходом. Но если даже такой кандидат в президенты предлагает лишить американцев общественного телевидения, это означает, что в ходе предвыборной кампании 2012 года торжествуют силы ретроградов, которые не хотят помочь нуждающимся и беднейшим слоям общества приблизиться к пониманию важнейших и сложных проблем жизни. Ромни и его сторонники агрессивно нападали на все общественные институты, защищая частные учреждения, которые определяют то самое социальное неравенство, которое лишает рядовых американцев доступа к знаниям, к разным точкам зрения. В этом смысле дискуссия показала остроту и накал политической борьбы во время выборов, которые предвещали очень серьезный раскол в общественном мнении. И это могло привести в Белый дом консерваторов во главе с Ромни, который открыто

требует ужесточения политики по отношению к России и другим странам, которые представляют прогрессивные позиции.

Американцам предстояло принять очень серьезное решение. Поэтому так важно еще раз тщательно проанализировать ход кампании, чтобы увидеть, какие факторы убедили американцев поддержать Демократическую партию вопреки натиску правых консерваторов и тех, кто пытается помешать обновлению и модернизации американского общества.

Победа Обамы, добытая в острой полемике, тем более важна, что она отражает точку зрения американцев в период острого экономического и политического кризиса. Барак Обама и его сторонники в конце концов одержали победу в острой борьбе. Сегодня это демонстрирует слабые стороны двухпартийной системы Соединенных Штатов Америки – из-за потери республиканцами серьезных позиций среди населения большинства штатов. Теперь важно представить себе, какой будет программа действий новой администрации Барака Обамы, какие новые инициативы ждут американцев. Вполне возможно, что Обама пытается осуществить свои предложения, высказанные в ходе предвыборной полемики: изменить налоговое обложение в пользу беднейших слоев населения, довести до конца реформу здравоохранения и решить проблему финансового обрыва – проблему финансирования американского бюджета, который испытывает сегодня трудности из-за того, что во время президентства Буша налоги были сокращены и потери бюджета не были восполнены.

Перед администрацией Барака Обамы стоит серьезный выбор: надо решить, кто должен помочь вывести страну из кризиса. Обама считает, что свое слово здесь должны сказать богатые американцы, приняв на себя большую долю налогового бремени. Это необходимо сделать, потому что в противном случае могут возникнуть острые социальные конфликты, которые принесут новые трудности американскому населению и поставят страну перед опасностью новых кризисных потрясений.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2012. – № 6 (колонка редактора).

ГЛОБАЛЬНАЯ СТРУКТУРА МЕЖДУНАРОДНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Я адресую эту статью нашим студентам

В современном информационном пространстве присутствует множество источников информации: от интернет-сайтов до глобальных телевизионных сетей, глобальных газет и огромного количества интернациональных и национальных газет. Этот огромный поток информации определяется известной иерархией существующих информационных центров. И в этой иерархии ключевую роль играют качественные газеты. Они определяют основные направления содержания информационных материалов. Как правило, эти газеты являются своего рода исследовательскими центрами, которые ежедневно сообщают о новых и развивающихся тенденциях международной политики. По существу, сегодняшние качественные глобальные газеты вырабатывают международную повестку современного информационного обмена, которая оказывает решающее воздействие на развитие затем региональных, национальных и местных изданий.

Качественные газеты — устои общества

Пресса является одним из важнейших, если не важнейшим институтом демократического общества. Сегодня ситуация новая, связанная с тем, что произошли два выдающихся изменения в развитии системы информации. Первое — это глобализация и легкая доступность информации в мире, и в этом смысле глобализация позволяет национальным средствам массовой информации достаточно широко освещать международную жизнь и видеть жизнь своей страны в международном контексте, что

тоже важно для населения. Конечно, развитие печати — это важнейший элемент развития демократии.

В Англии есть такое понятие — истеблишмент, устои общества.

В Англии к устоям общества относят парламент, палату общин и палату лордов, главную газету — когда-то это была газета «Таймс», сегодня это «Файненшл таймс». Конечно, к элементам устоев относятся королевская семья, палата лордов, англиканская церковь. Но реальные устои общества — это все-таки те, которые связаны со средствами массовой информации, поскольку сегодня помимо глобализации наступила эпоха очень быстрого распространения информации.

Информация — как комары, которые летают в воздухе, жужжат, кусают, и никуда от них не спрячешься. Конечно, это меняет многие обстоятельства деятельности средств массовой информации, им приходится задумываться над тем, как они будут развиваться дальше и как они соотносятся с другими аспектами деятельности демократического общества. Три ветви власти — суд, парламент и правительство, а затем идет пресса, которую часто называют четвертой властью.

Сегодня, в условиях глобализации, информация очень быстро доставляется потребителю. Конечно, функционирование средств массовой информации — чрезвычайно важная часть демократического общества. Без нормально функционирующей прессы, без нормально функционирующей системы сдержек и противовесов обществу трудно существовать. А пресса является одним из этих инструментов, который можно отнести к «сдержкам», потому что она очень быстро реагирует на то, что происходит в мире. И сегодня эта информация не ограничивается национальными рамками и приобретает очень широкий характер.

Сегодня мы находимся накануне важного события: послезавтра будут выборы, вы примете в них участие. Но для того чтобы участвовать в выборах, мало прийти на избирательный участок поставить галочку. Важно это делать осознанно, и журналистам необходимо представлять весь механизм работы государства и место самих журналистов и журналистики в этом процессе демократического развития. Пресса и, в частности, печать остаются важными инструментами развития демократии.

Журналистика в системе сдержек и противовесов

Посмотрим, как действует пресса в качестве такого института. Это очень важная и серьезная тема. Во-первых, сегодня у нас пресса распадается на несколько видов: печатная пресса, телевидение, радио, Интернет, мобильная телефония — все это средства массовой информации. Но когда мы начинаем говорить о функциях средств массовой информации, то выясняется, что разные элементы системы средств массовой информации выполняют разные задачи. Здесь нам важно увидеть всю структуру информационного развития общества.

Глобализация

Первый момент, на который мы должны обратить внимание, состоит в том, что информационная среда стала глобальной, и она подчеркивает одно важное обстоятельство современного международного развития — то, что называется *взаимозависимостью*. Конечно, все государства независимы, но в то же время они взаимозависимы, и события в одной стране влекут за собой события в других странах. Эта взаимозависимость чрезвычайно важна, поэтому в условиях глобального информационного обслуживания, глобального доступа к информации очень важно осознавать взаимодействие разных средств, источников информации — во-первых, в рамках национальных, во-вторых, в рамках глобальных. Когда мы посмотрим на реалии современного мира, то увидим, что действительно есть глобальные средства массовой информации, которые так или иначе обслуживают весь мир и все страны в значительной степени. Какие же мы имеем глобальные средства массовой информации? Конечно, это печать, — это газеты, которые издаются глобально, доступ к которым имеется практически во всех странах мира, и в любой международной гостинице вы их можете купить. Таких газет немного, но они очень важны. Их можно поделить на глобальные, континентальные и региональные. Глобальных газет не так много, к сожалению, среди них нет ни одной российской

газеты, но это уже особая тема, к которой мы должны вернуться. К глобальным газетам можно присоединить и глобальные еженедельники — такие, как «Экономист».

В основном все они издаются на английском языке — это «Интернэшнл геральд трибьюн», которая издается «Нью-Йорк Таймс» и фактически является сегодня глобальным изданием «Нью-Йорк Таймс», которая, купив «Интернэшнл геральд трибьюн», стала важнейшим элементом структуры глобальной информации. Кроме того, на английском языке издается газета «Уолл-стрит джорнэл», принадлежащая английской системе, английскому хозяину. Она издается и на других языках, — есть немецкое издание, и это очень важно отметить, потому что, если немцы переводят эту газету, это значит, что они признают особые качества этой газеты, а именно высокий уровень аналитики мирового экономического, политического, финансового, экологического развития — все это важные факторы. Есть газета «Ю-Эс-Эй тудэй» — это массовая газета. И хотя она является глобальной газетой, в глобальном информационном пространстве ее роль не так велика, и это тоже важно отметить, поскольку типологически это массовая газета. В США она издается, может быть, самым большим тиражом, но в то же время эта газета рассчитана на командировочного, на определенные интересы бизнеса и бизнесменов, передвигающихся в США и в мире. И рекламируют эту газету особым образом: в телевизионной рекламе это обычно посадка в самолет, где люди поднимаются по трапу, несут в руках эту газету, — это американцы, путешествующие по миру.

Эти четыре важных газеты доступны во всем мире, и, пожалуй, это то основное, что есть глобального в печатных медиа.

Нужно сказать, что из газет можно выделить те, которые определяют важные элементы этого информационного пространства.

Конечно, газет издается много. Есть французские, немецкие, есть и в других странах. Но «Нью-Йорк Таймс», «Файненшл Таймс», «Ю-Эс-Эй тудэй» и «Уолл-стрит джорнэл» играют более важную роль, поскольку они доступны мировой управляющей элите. Имеются в виду чиновники и деятели правительств,

владельцы крупнейших корпораций. В то же время они, конечно, определяют повестку дня, что очень важно. Часто повестка дня определяется этими газетами, поскольку они всюду доступны, и можно прямо сказать, что «Нью-Йорк Таймс», «Уолл-стрит джорнэл» и «Файненшл таймс» очень внимательно следят за событиями в своих странах и в мире, и в этом смысле, конечно, определяют повестку дня. Например, «Нью-Йорк Таймс» издается на английском языке, но если вы читаете наши газеты, то вы там находите материалы, перепечатанные из «Нью-Йорк Таймс». «Независимая газета» каждый понедельник печатает статьи известного американского экономиста, лауреата Нобелевской премии по экономике Пола Кругмана, и поэтому эта газета обслуживает элиту не только американскую. Кругман во многом определяет повестку дня. У него была статья, посвященная финансовому кризису, где он обсуждал проблемы решения вопросов, связанных с отсутствием наличности в банках, с попытками решить этот финансовый кризис. И через «Независимую газету» вы получаете эту информацию. Так или иначе, при всем том быстрота доставки информации, которая так же внимательно и тщательно отслеживает происходящее в мире, как «Нью-Йорк Таймс», опережает другие газеты. В этом смысле наша пресса, к сожалению, оказывается достаточно провинциальной. Это печально, но это факт.

Если мы перейдем к другим странам, то обнаружим, что есть глобальная газета, которая издается на русском языке. Вы ее можете читать в Интернете. Эта газета называется «Женьминь жибао». Она ежедневно издается на восьми языках, и мы могли бы ее читать. Но пока она не затрагивает наши интересы прямо. Косвенно — затрагивает, потому что наша экономика и наш кризис связаны в условиях взаимозависимости в значительной степени с развитием китайской экономики. Я возьму только одну проблему, мы о ней знаем, — проблему курса рубля. От чего зависит курс рубля? — он зависит от цен на нефть. Чем определяются цены на нефть? — спросом на нефть. Какая страна больше всего сегодня, в условиях кризиса, покупает нефть? — Китай. Таким образом, при кажущейся удаленности проблем Китая они, несомненно, нас касаются, потому что цены на нефть —

это один из регуляторов экономики мировой и нашей экономики тоже. Мы знаем, что развал Советского Союза многие связывают с тем, что были обрушены цены на нефть, что американское руководство договорилось с Саудовской Аравией о том, чтобы выбросить на рынок большое количество нефти: цены упали, и валютные резервы были не в состоянии функционировать. Сегодня, во взаимозависимом мире, китайская экономика для нас важна, и, может быть, стоило бы читать и «Женьминь жибао» на русском языке. Но в то же время все эти материалы вы можете найти проанализированными, быть может, более объективно в материалах «Нью-Йорк Таймс» или «Файненшл таймс». В современных условиях глобализации доступ к информации и характер информации определяются не в национальном порядке, а в общем международном глобальном порядке. Это определяется глобализацией мирового потока информации, и в этом потоке выделяются наиболее важные моменты. Важнейшим элементом, — увы, такова жизнь, — является пресса Соединенных Штатов. Не вся, а прежде всего «Нью-Йорк Таймс» и «Уолл-стрит джорнэл», и английская «Файненшл таймс». Между этими двумя газетам существует большая дистанция и разница. Газета «Нью-Йорк Таймс» — это международное издание, не так сильно привязанное к американской экономике. Американцы меньше читают международное издание «Нью-Йорк Таймс» — «Интернэйшнл геральд-трибьюн», скорее, ее читают люди за пределами Соединенных Штатов. А в США люди сориентированы на свои местные американские заботы. И в этих условиях, конечно, «Нью-Йорк Таймс» остается главным элементом, который задает повестку дня в прессе и дискуссиям, которые в прессе идут. С другой стороны, существует «Файненшл таймс» — газета английская, а английская традиция анализа экономики очень сильна. И сегодня «Файненшл таймс», может быть, даже главная газета в мире, с точки зрения экономического анализа. Поэтому она издается и на немецком языке. Существует поверье, что все немцы говорят на английском языке, но оказывается, что даже немецкая элита предпочитает читать «Файненшл таймс» на своем родном языке. Это и доказывает ценность этой информации.

Конечно, возникает проблема состояния глобальной информационной сферы. Сегодня мы видим, что в глобальной информационной сфере важную роль играют глобальные газеты, не потому что они доступны, а потому что они помогают понять, что происходит в мире. Поэтому и вам нужно читать «Нью-Йорк Таймс». Мы можем смотреть ее в Интернете, можете читать в понедельник в «Независимой газете». «Файненшл таймс» помогает понять механику развития экономики. У «Файненшл таймс» для этого особенно хорошие позиции, поскольку это английская газета. Английская экономика достаточно мощная, но не идет ни в какое сравнение с экономикой ведущих держав — Китая, Индии, США. Конечно, у Китая есть «Женьминь жибао», у Индии есть «Таймс оф Индия». «Женьминь жибао» особенно интересно смотреть — китайские комментарии по поводу их успехов, и что характерно для этой газеты, она всегда подчеркивает, что эти успехи еще не означают всемирной победы Китая в экономике, — это шаги страны, которая еще стремится усовершенствовать свою экономику, свое хозяйство, и эта позиция помогает более трезво увидеть состояние китайской экономики.

Эти издания относятся по классификации к так называемым качественным газетам. Эта классификация газет на качественные, массовые и т. д. — изобретение англичан, и первоначально она означала качество содержания и рекламы. Качественные газеты получали более дорогую рекламу, стоили дороже, и это определяло их качество. Сегодня качественными их называют потому, что они имеют возможности для очень серьезного анализа. И если вы хотите получить квалифицированный анализ мировой экономики, вы будете читать и «Файненшл таймс», и «Нью-Йорк Таймс», и «Уолл-стрит джорнэл», и, конечно, это будет для вас полезно.

Здесь возникает проблема нашей российской журналистики: почему же у нас нет такой газеты, которая информировала бы о развитии нашей экономики так же основательно, как это делают американцы, англичане и, может быть, даже китайцы, — для этого надо регулярно читать китайскую прессу. Это очень серьезный вопрос — наша страна не имеет качественной прессы.

У нас есть только две газеты, которые можно считать качественными: одна газета — российская, «Коммерсант», другая — англо-американская, «Ведомости». Газета «Ведомости» издается совместно с газетами «Уолл-стрит джорнэл» и «Файненшл таймс». Это очень важная и серьезная газета, с аргументами и информацией, с которой необходимо считаться, — просто нужно строить политику с учетом той информации, которую дает эта газета.

Международная информационная среда определяет многие стороны международных отношений. Реальное могущество стран определяется часто по оценкам этих газет. Конечно, они не управляют мировой экономикой, но они управляют исследованием этой мировой экономики, и их роль здесь достаточно велика. Таким образом, к глобальным газетам можно присоединить и «Женьминь жибао». Ее можно читать на английском, на французском, на хинди, на русском, есть португальское и испанское издания. Это тоже очень важный источник; уровень аналитики «Женьминь жибао» очень высок, но ограничен китайским опытом, а китайская аналитика достаточно важна.

Таким образом, существуют глобальные качественные газеты — как национальные, так и региональные. Эти газеты играют важную роль в международном информационном пространстве. Например, это одна из лучших французских газет «Монд», которая сохранила прекрасные традиции объективной информации. Значительная часть информации, оценок, аналитики, которые существуют в «Монд», помогают лучше понять события во многих регионах мира. Прежде всего в Европе, в Африке и, может быть, в Азии. Африка и Европа — это регионы, где информация и аналитика «Монд» очень важна. Есть хорошая качественная газета в Испании — «Эль Паис», но все-таки она по своему значению несопоставима с «Монд», потому что в Латинской Америке, где наряду с португальским господствует испанский язык, конечно, есть свои аналитики, но такого центра, который бы давал объективную информацию о развитии экономики Латинской Америки, нет. Есть газеты бразильские, прежде всего газета «О'Глобо», но их информация, конечно, важная и интересная, пока еще сильно уступает другим качественным из-

даниям. Тем не менее «Монд» принадлежит к элите качественной прессы, как и «Эль Паис» в какой-то степени. Но если серьезно говорить о глобальных газетах, то, может быть, есть и другие газеты, и в Америке и в Европе. В США это «Вашингтон пост» и «Лос-Анджелес таймс». «Вашингтон пост» очень хорошо отслеживает американскую политику. Те, кто хочет разобраться в американских проблемах, должны читать помимо глобальных газет еще и «Вашингтон пост». Особенно интересна газета «Лос-Анджелес таймс», поскольку она дает большую и в каком-то смысле уникальную информацию о регионе, который называется АТР — азиатско-тихоокеанский регион. Эта газета имеет хороших экспертов по этому региону, куда входят страны Тихого океана, западное побережье Америки и восточное побережье азиатского континента. Это очень важный регион сегодня — один из главных регионов мира. И здесь «Лос-Анджелес таймс» дает интересную и уникальную информацию, хотя в последнее время эта газета несколько утратила свои позиции в связи с общим экономическим кризисом. Но тем не менее это очень важная газета. Японские газеты, конечно, очень интересны, они не выходят за национальные рамки, но выпускают издания на двух языках — английском и японском. Япония наряду с Южной Кореей — это мотор глобального технологического развития.

Японские газеты «Майнити», «Йомиури», «Асахи» издаются и на английском языке. Более того, некоторые из них на английском издаются двумя изданиями — утренним и вечерним. Но в Европу эти издания не приходят. В этом смысле Япония более изолирована от мира, чем Китай.

Что касается Индии, то там есть очень хорошие качественные газеты. Я говорил о «Таймс оф Индия», но аналитических газет там шесть. Они издаются большим объемом — 120 и больше страниц, и большими тиражами, так же, как и китайские. Когда китайские студенты рассказывают о газетах, они говорят что газета их провинции имеет небольшой тираж — 1 миллион. Но для нас 1 миллион сейчас — это тираж только двух газет — «Комсомольской правды» и «Московского комсомольца», и то с местными изданиями, а было время, когда у нас были тиражи

свыше 24 млн. Это было время, когда наша страна разваливалась как Советский Союз и создавалась как демократическое государство – в 1991–1992 гг. тиражи этих газет достигали 24 млн. Это были и «Московский комсомолец», и «Известия».

Я хотел бы остановиться еще на некоторых моментах развития газеты. В чем роль качественных газет, почему они важны? Конечно, глобальные качественные газеты тоже имеют свою типологию. Я вам назвал три газеты: «Уолл-стрит джорнэл», «Файненшл таймс», «Нью-Йорк Таймс» или «Интернейшл геральд-трибьюн».

Конечно, эти газеты играют важную роль в мировом масштабе не потому, что Соединенные Штаты – мощнейшая экономическая держава, это – мощнейшая информационная держава, огромная фабрика информации. Локомотив этой информационной службы – газета «Нью-Йорк Таймс». Другие американские газеты во многом действуют по той повестке, которую им предлагает «Нью-Йорк Таймс».

Если говорить вообще о роли качественных газет, то нужно отметить, что качественные газеты очень важны для развития национальной экономики. Можно по-разному оценивать роль и функции газет. Некоторые считают, что газета – это такой тип оппозиции правительству, который должен отмечать все просчеты правительства и помогать ему управлять. Это по-английски называется *adversary relationship*. Газета – не то чтобы противник, но оппонент власти, и в этой системе сдержек и противовесов, наряду с противовесом, который указан в конституции демократических стран, важным противовесом является свободная пресса. Эта пресса старается работать, но, к сожалению, в России сейчас пресса ни по каким показателям не является равнозначным другим институтам центром. Во-первых, тиражи газет небольшие. Я верю, что наши руководители читают газеты, но эти газеты не дают информации о состоянии дел в мире. Опять-таки, если вы захотите прочитать о том, что происходит в мире, вы возьмете «Ведомости», «Коммерсант», «РБК-daily», «Независимую газету». Но реально газеты, которая была бы оппонентом нашей власти, не в смысле оппозиции, а в смысле анализа и объективного рассмотрения дел, у нас нет.

Здесь мы остаемся не то чтобы слепыми, но в каком-то смысле «в темной комнате», которую должна осветить настоящая критическая пресса. У нас сейчас есть такие возможности, но возможности газеты несопоставимы с возможностями других средств массовой информации по нескольким причинам, о которых я еще хочу с вами поговорить.

Газета — очень серьезный аналитик. И наличие качественной газеты позволяет иметь свой независимый аудит того, что происходит в мире. Это очень важно. Аналитического центра, который позволял бы проанализировать происходящее в мире, у нас, к сожалению, нет, и это наша очень большая беда, потому что мы живем во взаимозависимом мире, но об этом мире знаем очень мало и очень относительно. Даже наша элита, если она существует, — конечно, она есть, но находится в другом информационном состоянии, чем во многих странах, — тоже ограничена в своем взгляде на мир. Поэтому часто решения, которые мы принимаем, не учитывают реальности современного мира. И мы начинаем отставать в мире не только по выпуску тех или иных товаров, по финансовым возможностям, но прежде всего по пониманию того, что происходит в мире, а это самое опасное отставание, — когда мы не понимаем, в каком мире мы живем. Это как разница между человеком в солнечной комнате и человеком в темной комнате, который не может найти ориентиров. Качественная пресса дает эти ориентиры, и наша беда в том, что такой газеты у нас нет. Что касается газеты «Ведомости», то она, конечно, дает анализ экономики. Но я бы не сказал, что она может быть аудитом нашей экономики, нашего хозяйства.

В результате, поскольку наши газеты такого аудита не дают, мы вынуждены пользоваться иностранным аудитом, иностранными качественными газетами, хотим мы этого или нет. Мировое сообщество читает «Нью-Йорк Таймс», «Файненшл таймс», «Уолл-стрит джорнэл», «Монд», «Коррьере далла сера», японские газеты, немецкие газеты «Франкфуртер альгемайне цайтунг», «Ди вельт» и т. д., и мы, не имея доступа к этой информации, самоизолируемся, не имея аналитиков, которые каждый день бы нам говорили о том, что происходит в мире. Сейчас

меня могут спросить, зачем нам такая газета? Я жду этого вопроса, потому что известно: многие живут в Интернете и благодаря ему все знают. Но если вы выделите из огромного потока того, что вы видите в Интернете, то, что полезно для понимания развития нашей страны, там будет не так много серьезной информации, и она нигде не сосредоточена. Эта аналитика не обновляется, она не доставляется нам ежедневно, поэтому мы не можем объективно оценивать ходы нашего руководства. Мы должны обращаться к зарубежным источникам, — нам нужны качественные газеты.

У нас были «Известия», — казалось, качественная газета, — ее сделали массовой. Какая газета сейчас претендует на то, чтобы быть качественной? — «Коммерсант» и «Ведомости». «Коммерсант» — интересная газета, у них прекрасный стиль, но все-таки их охват не так велик. «Ведомости» — прекрасная газета с точки зрения финансового анализа, но вы не должны забывать, что эта газета принадлежит «Файненшл таймс» и «Уолл-стрит джорнэл», которые заставляют ее внимательно следить за инвестициями стран, из которых они к нам пришли. И, конечно, это в основном экономическая информация. Там вы не найдете информацию о том, что происходит в Калужской области, Екатеринбурге, мониторинга развития нашей страны, наших регионов. Такого мониторинга, который вы найдете в «Нью-Йорк таймс», где анализируется развитие страны достаточно всесторонне, или «Файненшл таймс», где анализируется глобальная экономика, у нас нет, поэтому наша мысль развивается на очень ограниченном отрезке. Качественной газеты, которая бы нам давала представление о том, что происходит в мире, у нас нет.

Например, сейчас были выборы в Польше. Много ли наших газет нам об этом рассказали? Понимаем ли мы, что происходит в Польше? Мы знаем, что в Польше много разных политических сил, по-разному относящихся к России, но реального анализа нет. Я уже не говорю о других странах, например Венгрия, Украина, — имеем ли мы объективные данные? У нас на Украине работают наши замечательные журналисты, например Евгений Киселев, но их материалы в нашу прессу не попадают, и мы не

знаем реальности. Знаем, например, что там осудили бывшего премьер-министра, замечательную и очень талантливую даму, но мы не знаем, какова экономика Украины, а это ближайший наш сосед. Что мы знаем об Узбекистане, крупнейшей стране Среднего Востока? А это все в сфере наших интересов, и мы должны это понимать, учитывая наши национальные приоритеты. Конечно, нам нужна такая газета.

На эти соображения можно ответить, что все можно узнать в Интернете. Действительно, в Интернете многое есть, но у нас нет интернет-сайта, который бы был аналитическим институтом, дающим эту информацию. У нас есть Институт мировой экономики и международных отношений – прекрасный институт, его директором был наш бывший премьер-министр Примаков. Это интересный институт, но его исследования не выложены на сайтах, регулярной аналитики нет. А если вы будете читать глобальные качественные газеты, вы там получите много информации, найдете сведения, которые нужны для определения ситуации и выхода из этой ситуации. И мне кажется, что одна из трудностей нашего развития связана с тем, что наше общество недостаточно информировано, что уровень информации не соответствует возможностям глобализирующегося общества, и мы очень отстаем в понимании современных мировых процессов. Чтобы преодолеть это отставание, нам необходима качественная газета, которая бы анализировала развитие глобальной экономической и политической среды, давала бы нам представление о современном состоянии геополитики. У нас нет такой газеты, которая давала бы нам возможности национального аудита, сверяла бы правительственные решения и программы, которые существуют и на которые тратятся деньги, с реальностями нашей политической жизни. И это, конечно, плохо. Такая газета нужна. Нет такого аналитического центра. И соответственно возникает образ нашей страны, достаточно ограниченный и не совсем объективный. Конечно, мы многое сваливаем на западную прессу, что она дает отрицательный образ России. Но образ складывается от того, что имеется в реальности, а наша пресса, конечно, дает не самую острую оценку того, что происходит, – просто она тоже недостаточно информирована.

Качественная газета должна быть тем, что называется национальным брендом. Газеты «Нью-Йорк Таймс», «Файненшл таймс», «Монд», «Коррьере делла сера», «Эль Паис», «Франкфуртер альгемайне цайтунг», польская «Выборча» — это газеты — бренды своих стран. По ним вы можете составить представление об этих странах, если будете их читать. Если вы будете читать «Коммерсант» и «Ведомости», представление о России как о державе евразийской вы не составите. Поэтому нам, конечно, нужно думать о создании качественной газеты. Эти качественные газеты — не только бренды.

Раньше брендом Англии была газета «Таймс». Ее купил Томпсон, потом Мердок, и она ушла из этой категории. Появилась «Файненшл таймс» — все-таки у них есть такая газета, которая достаточно объективно оценивает экономику, политику и культуру этой страны.

Сила качественной ежедневной газеты в том, что она каждый день подводит итоги прошедшего дня, и вы видите движение мира и движение страны. Если вы читаете «Нью-Йорк Таймс» каждый день, вы знаете, как мир развивается, что в мире происходит. У нас такой газеты нет, и это плохо. Такая газета должна быть. Конечно, Интернет помогает, он позволяет доставить любую информацию любому количеству людей, но гарантировать качество этой информации мы не всегда можем. А это очень существенно. Когда речь идет о качественных газетах, они этим и замечательны — гарантией качества своей информации, и это делает страну более современной, действующей с пониманием современного уровня развития мира и уровня развития общества.

Мы отстаем от мира. Я спрашивал у некоторых наших студентов, в какой стране самые большие тиражи газет. Мне отвечали, что в Америке. Это уже давно не так. Давно самые большие тиражи газет в Индии и Китае, в некоторых странах Латинской Америки. В этих странах очень сильная информационная составляющая — и в Китае, и в Индии, и в Бразилии. Сегодня могущество стран определяется не только количеством военных, — но у нас и здесь нет больших успехов. Это, может быть, и хорошо, что сократилась армия. Но могущество определяется

в значительной степени возможностью доступа к информации. Информация – это важнейший, может быть, даже главный ресурс развития. И поэтому нужна качественная журналистика и в буквальном смысле, и соответствующая стандартам качественной газеты. Есть такой международный стандарт газеты – это газета, которая универсально освещает события во всех регионах мира, которая регулярно анализирует состояние национальной экономики, которая к выборам делает аналитические материалы на уровне аудита состояния государственной экономики. Это – очень важный инструмент развития общества.

Конечно, такая газета создает образ страны. У нас образ страны создают репортажи нашего телевидения, которые показывают международному обществу все негативные стороны, – и это хорошо. Но, с другой стороны, они не представляют возможные ресурсы, и здесь мы проигрываем другим странам. Но главное не в этом. Главное в том, что мы сами не можем правильно сориентировать свою экономику, свое развитие. Основательного, фундаментального анализа нашего развития у нас нет.

У нас даже нет книги, которая проанализировала бы наше развитие за последние 10 лет или за 20 лет, начиная с 1990–1991 годов. Тем более нет этого в газетах. Нет журналов, в которых мы могли бы почерпнуть такую информацию, поэтому из этого вытекает одно неприятное заключение: наша журналистика не выполняет свой долг национального аудитора, национального аналитика событий, она не обеспечивает нас необходимыми данными для того, чтобы мы принимали осознанные и обоснованные реальностью решения. Сейчас прошли выборы во Франции. Там очень много материалов, в которых пытаются подвести итоги развития Франции при Саркози. Материалы – критические и не очень, но главное – там есть аналитика. Вы можете соглашаться или не соглашаться с критикой, – эта критика основана на фактах, на знаниях, которые позволяют французским журналистам и французским читателям делать свой выбор достаточно осознанно.

У нас есть газеты, которые достойны названия качественных, может быть, у нас есть хорошие региональные газеты. Нужно думать о развитии нашей журналистики. Конечно, се-

годня главным мотором этого развития является экономика. У нас нет достаточной рекламы, чтобы поддерживать прессу, — это связано с уровнем развития нашей легкой промышленности, пищевой промышленности, промышленности товаров широкого потребления. У нас просто не хватает сил для того, чтобы создать мощную российскую рекламу. Даже если вы смотрите телевидение и там видите рекламу, это в значительной степени реклама, поставляемая из-за рубежа. Они поддерживают наше телевидение этой рекламой. Но газеты в этом отношении очень бедны. Поэтому, говоря о современной российской структуре средств массовой информации, мы должны признать, что в этой структуре отсутствует важнейший элемент — серьезная аналитическая журналистика.

Здесь я имею в виду не только газеты, но и журналы. Какие журналы вы читаете? Например, «Огонек» — прекрасный журнал, там хороший редактор и заместитель редактора — наш выпускник — тоже очень талантливый человек, но все-таки «Огонек» реального анализа экономики и развития страны не представляет. А какой-нибудь иностранный журнал вы знаете, который еженедельно анализирует экономику? — английский «Экономист», конечно. Это уникальный еженедельник, его тираж около 900 тыс. экз. — огромный тираж для экономического еженедельника. И он, конечно, сообщает очень интересные сведения, но главное — он замечательный с точки зрения аналитики. Это практически тот глобальный еженедельник, который нужно добавить к нашему представлению о глобальном информационном пространстве.

Я анализирую состояние нашей прессы с помощью добровольных экспертов. Мои эксперты — это хозяева газетных киосков, дамы, которые торгуют газетами. У них можно спросить, какие есть хорошие газеты. Они назовут те газеты, которые раскупают сразу, и те, которые приходится сдавать в макулатуру. Они проводят свой мониторинг нашей прессы — к сожалению, он не очень утешителен. У нас есть хороший экономический журнал — «Эксперт», но вы его не читаете. Можно понять, почему вы читаете «Огонек», а не «Эксперт», который слишком заполнен статистикой и недостаточно аналитичен, и недостаточно глубок

в своих выводах в анализе экономики. Там очень хороший состав редакции, но они не могут совмещать анализ с доступностью этого анализа читателям. Если вы читаете «Экономист», то поймете не только уровень развития экономики, но и составите общее представление о развитии мира. И умение так построить еженедельник, чтобы он состоял не только из интересных статей, но и создавал бы общую картину, еще требует, видимо, дополнительной работы. Тем не менее «Эксперт» — один из лучших, если не лучший, наш аналитический журнал. Они хотели даже вступить в союз с журналом «Экономист».

Иногда, когда начинаешь рассказывать о нашей прессе, приходишь к выводу, что у нас нет прессы. У нас есть телевидение, радио, но пресса, которая бы давала реальную картину мира, у нас калейдоскопична. Она не дает целостного представления о нашем мире, о нашей стране, — и это ее недостаток. Хотя интересных журналистов много, и есть журналы — те же «Власть» или «Деньги» — они тоже по-своему интересны. Но по уровню аналитичности и по литературному качеству «Власть» хотя и является журналом «Коммерсанта» и там есть очень интересные аналитические статьи, целостного представления о мире не дает. В этом смысле английская школа еженедельников имеет свои преимущества.

Сегодня я, говоря о проблеме средств массовой информации как института демократического общества, основного института, хотел бы еще раз подчеркнуть, что главное — дать обществу правдивую, хорошо проанализированную и прокомментированную информацию. Это задача прессы как демократического института. Тогда и наша элита и наши граждане будут иметь возможность более осознанно относиться к развитию нашей страны и, в частности, к выборам. Я думаю, что мы все должны озаботиться развитием нашей прессы.

Первый переворот в нашей прессе, отступив от стандарта пропагандистского издания, сделал наш выпускник — Алексей Иванович Аджубей. Создать, зарегистрировать газету несложно. Конечно, надо иметь деньги, и хорошо бы деньги, которые были бы заработаны нашей экономикой и нашими газетами, пусть и рекламой, но это будущее нашей прессы, и для того чтобы она

соответствовала интересам и запросам нашего общества, кое-что нужно сделать.

И вы должны об этом подумать. Может быть, они создадут журнал или газету, которые будут соответствовать требованиям современного информационного пространства. Это должна быть качественная газета XXI века, которая будет отличаться от тех газет, которые у нас сейчас имеются. Эти отличия можно легко проследить, но к этому мы еще вернемся.

Впервые опубликовано в: Зарубежная журналистика: 2011. — М., 2012.

2013 год

Свобода медиа должна быть защищена и в Интернете, и в офлайне. Основное право свободы выражения остается неизменным и ценным для новых технологических платформ.

АМЕРИКАНСКАЯ МЕЧТА В КАНУН 2013 ГОДА

Второй год подряд американцы, в ожидании нового года, задумываются над будущим своей страны с опасениями по поводу осуществления своих чаяний. В прошлом году статью на эту тему опубликовал известный американский политолог Збигнев Бжезинский, который признал, что Америка перестала быть единоличным лидером мира и что появились другие страны, которые соперничают с Соединенными Штатами. Он, правда, оговорился, что на освободившееся место лидера претендуют многие, но место это пока пустует. Таким образом Бжезинский выразил свои опасения по поводу позиции США, признавая, что однополюсный мир ушел в прошлое, и не решился предсказать, кто будет на новых полюсах международной политики.

«Кто украл американскую мечту» — именно так и значительно острее сформулировал эту проблему журналист Хедрик Смит; книга, написанная им и изданная в 2012 году, уже одним своим названием «Кто украл американскую мечту» вызывает тревогу, заставившую американского писателя-публициста выступить накануне нового года с таким предостережением. Книга называется «Кто украл американскую мечту» — ту мечту, которая и является национальной американской идеей. В этой книге автор анализирует изменения в развитии американского общества, американской экономики, американского сознания. Его беспокоит современное состояние Соединенных Штатов, и он выступает как очень вдумчивый аналитик. Хедрик Смит прославился как знаток России, он опубликовал в 1970-е гг. книгу «Русские», где дал свою версию развития Советского Союза и Российского государства — весьма критическую, но заинтересованную и основанную на достаточно хорошем и часто глубоком понимании процессов, которые происходили в СССР. Эта книга хорошо использовалась в США теми, кто в условиях конфронтации двух великих держав — СССР и США — тем не менее видели важность развития России. Книга, изданная в 1970-е Хедриком

Смитом, была интересна именно попыткой увидеть перспективы развития России и в связи с этим перспективы развития международного сообщества.

Книга «Кто украл американскую мечту» состоит из нескольких глав, имеющих очень значимые заголовки. Начинается она прологом «Вызов изнутри». В нем писатель, ссылаясь на британского историка Арнольда Тойнби и его книгу о развитии цивилизации и упадке разных династий в результате вызовов и ответов на эти вызовы, предупреждает о тех трудностях и сложностях, которые сегодня преодолевают мир. Изучив многочисленные суждения по этому поводу, Хедрик Смит вместе с Тойнби говорит о том, что история цивилизации, ее развития и упадка зависит от динамики вызовов и ответов на них. Смит ссылается на 21 цивилизацию, которые сменились за последние шесть тысячелетий. Тойнби считал, что судьба каждой цивилизации определялась ответом на вызовы, с которыми она сталкивалась.

Автор книги «Кто украл американскую мечту» видит, что в XX в. Америка преодолела вызов милитаризма, вызов мощных военных врагов – гитлеровской Германии, а потом – продолжительный глобальный вызов со стороны советского коммунизма. Развивая эту точку зрения, Хедрик Смит пишет, что «сегодня мы сталкиваемся со сложными и потенциально более опасными вызовами – вызовами изнутри». «Как древний Рим, – утверждает Хедрик Смит, – мы находимся в опасности, ее несут нам противоречия, которые внутри наших стран, о которых писал и говорил Тойнби. Это те противоречия, которые внедрились в политическое тело, в душу нашего общества».

Затем Хедрик Смит говорит о доме, который разделился на две Америки. «За последние десятилетия мы стали двумя Америками. Мы больше не одна большая американская семья, которая известна своим процветанием и разделяет также политическую и экономическую силу, как это было в десятилетия после Второй мировой войны». «Сегодня, – утверждает Хедрик Смит, – нет общего врага, который объединяет нас как нацию, но нет и общего дела, как, скажем, укрепление Запада или полет на Луну, которое может вдохновить нас как народ. Мы сегодня страна, остро разделенная властью, деньгами и идеологией.

Наша политика стабилизируется, наши политические лидеры не в состоянии разрешить самые насущные проблемы.

Этот постоянный конфликт заменил чувство общей цели и наше стремление ко всеобщему благополучию. Не только в Вашингтоне, но и по всей стране линии, которые разделяют нас, проходят глубоко, и они глубоко саморазрушительны, если только мы не найдем путь к новому единству и консенсусу».

Следуя за этим утверждением, автор говорит о том сложном веянии, которое укоренилось в американской истории, — а эта история с первого года и до сегодняшнего дня является фокусом его исследования. Я хотел бы обратить внимание на сочетание критического анализа современного состояния Соединенных Штатов и стремления найти новые пути для американского развития. Особое место в книге занимает проблема политического раскола американского общества, которое автор называет «неравной демократией». Эти критические заявления отражают реальное понимание того кризиса, который переживает Америка, и автор видит этот кризис в пересечении политики и экономики, которые находятся в критической ситуации. Существенную роль в этом кризисе играют технологии и глобализация. Автор стремится показать сложность ситуации, говоря о том, что «развилка на дороге» между идеалами и реальностью: «Америка, — утверждает он, — выходит на другую развилку: финансовый раскол, созданный развитием экономики, спровоцировал народное недовольство. <...> Сегодня две трети американцев гораздо больше, чем пару лет назад, говорят о том, что они видят сильные конфликты между богатыми и бедными, что экономика стала раскалываться по линиям расы, возраста или этнических групп».

«Порочный круг», — так называет Хедрик Смит развитие Америки в 1950–1970-е гг. Он утверждает, что новая экономика, созданная в 1980–2000-е гг., противостоит этому порочному кругу. Он с интересом относится к новой экономике, но предупреждает, что новая экономика не очень приятна и не очень ловка. «Она ударяет по нашей способности расти, в которой мы раньше видели путь восстановления от американского упадка, коллапса начала 2000-х годов, 2008 года». Он видит в этом

порождение той слабости Соединенных Штатов, которая проявляется сегодня в регионах развития. Этот порочный круг американского экономического роста и благополучия и процветания американского среднего класса — в расцвете среднего класса за следующие 30 лет после Второй мировой войны. Американские крупные компании платили высокие зарплаты и получали хорошие доходы. Но десятки миллионов семей, имевших устойчивый доход, потратили его, вызывая быстрый рост потребностей, который является главной движущей силой американской экономики. Экспансия корпораций способствует полной занятости, вызывая порочный круг роста жизненных стандартов в следующем раунде.

Порочный круг американской экономики

«Наша новая экономика, динамика этого порочного круга была нарушена лишением трудящихся их рабочих мест и установлением средней заработной платы, которая не удовлетворила население. Эта плоская шкала зарплаты была плоха не только для отдельных личностей, но и для всей экономики. Слабая зарплата ведет к слабому потреблению. Компании не развиваются и не нанимают новых рабочих, и как страна мы завязли в долгой болезненной безработице, в бесконечном противоречии зарплаты и производства. Но поскольку так много общего в развитии американских служащих, все это поставило ограничения на зарплату среднего класса. А без большой потребности в потреблении экономика нации не может хорошо развиваться. Возникает кризисная политика. Вашингтон (имеется в виду американская администрация. — Я.З.) не может двигаться дальше, потому что он заморозился в дисфункциональном партийном противостоянии. Конечно, настоящее различие делит нас как народ. Это стало правдой — американский политический маятник качается по мере того, как партии борются за свою политику. Но нет признанного центра тяжести, а работа должна быть сделана. Политические соперники, республиканцы и демократы, должны были различаться. Но был некий консенсус: и те и другие

развивали социальное страхование, социальную безопасность — никто не пытался ничего приватизировать. Республиканцы могли сократить некоторые государственные программы, удержать бюджет больше, чем демократы, но они не готовы были демонтировать правительство и закрывать кабинеты отдельных министерств».

«Сегодня все обсуждается, все поддается дискуссиям. Политический Вашингтон потерял привычку к компромиссу и веру в него». Ни одна проблема не была решена — один конгресс принял один закон, следующий пытается его отменить.

Центром новой силовой борьбы стали кризис борьбы, политические ультиматумы и игра в партийные упреки. Но ставки слишком высоки. Непрерывное пребывание в состоянии кризиса и нахождение на грани падения — это время, когда нужно вспомнить слова Линкольна о том, что разделенный дом не может стоять. Вызов и ответ на него требуют искусства компромисса и вызываются новым состоянием ума — нужен свой план Маршалла для США. Таким образом, Хедрик Смит видит необходимость в установлении рабочих отношений между враждующими сторонами американского общества и американской экономики. В связи с этим он говорит, что перевод из США автомобильных заводов «Дженерал моторс» и «Форд», который должен был бы помочь экономике, не удался. Уже в начале 2012 г. три великих автомобильных гиганта планировали инвестировать несколько миллиардов долларов, чтобы переоснастить американский автопром и обновить его планы развития. «Более широко говоря, — утверждает автор, — рабочая сила в промышленности и в 2010–2011 гг. использовала более 300 тыс. рабочих мест. Соединенные Штаты стали увеличивать объемы своей промышленной продукции. К 2012 г. преимущества Китая в дешевой рабочей силе стали менее привлекательны для многих американских служащих. Недовольство профсоюзов и инфляция заработной платы в Китае, стагнация и упадок зарплат в Америке привели к тому, что большинство автомобильных компаний стало возвращать производство из Китая в Соединенные Штаты. Более продуманные и ловкие моменты в политике правительства могут укрепить этот тренд. При всем этом 25 тыс.

рабочих мест вернулись в Соединенные Штаты за последние годы». Далее Хедрик Смит обращается к персональной вовлеченности людей, лидеров, которые могли бы разрешить беды разделенной нации и двинуть народ на здоровое развитие. «Жизненные ингредиенты требуют более активного гражданского воздействия, и здесь необходима личная вовлеченность».

«Как говорил Тойнби, суровая опасность появляется тогда, когда многие живут вне цивилизации и больше не чувствуют себя частью этого общества, — это больше не имеет для них серьезного значения.

Массовое отчуждение и серьезные расколы появляются там, где народ перестает верить в то, что каждый важен как активный участник, что у каждого есть роль и голос в определении судьбы нации. У американцев есть резон для негативного подхода. Печальная и трудная правда состоит в том, что американский народ сам стал частью проблемы: цинизм, отчуждение и недовольство не могут двигать нас вперед. Перед нами стоят большие задачи».

Ссылаясь на деятельность «Движения Чаепития», Хедрик Смит говорит, что оно показало путь к политической повестке Вашингтона. Но вместо того чтобы поддержать средний класс, выдвинуть его повестку дня, «Движение Чаепития» в конгрессе стало настаивать на сокращении налогов и политике, которая защищает корпоративные и финансовые интересы. Их стратегия была в том, чтобы сокращать деньги на обучение студентов, детей среднего класса в колледжах, сокращать работников в связи с уходом на пенсию и сокращать затраты на здравоохранение для стареющих людей среднего класса. Эти программы, которые должны были удерживать семьи среднего класса в их домах, их-то и не поддерживали. «Движение Чаепития», таким образом, выдвинуло повестку дня, которая не отражала интересы среднего класса, и это неудивительно, потому что больше половины из 60 членов «Движения Чаепития» в палате представителей сами являются миллионерами со средней суммой доходов в 1,8 млн. Чему можно поучиться у «Движения Чаепития», так это тому, что энергия может изменить характер политических дебатов в Вашингтоне и нарушить баланс власти.

Другой свежий элемент политической энергии пришел прошлой осенью от движения «Оккьюпай Уолл-стрит», от демонстраций в Нью-Йорке и из тысячи других мест — от Бостона до Портленда, Сент-Луиса и Лос-Анджелеса. Они озвучили свое послание, и за несколько недель движение «Оккупируй...» не только изменило публичный диалог по экономическому вопросу, но и внедрило в американский политический лексикон живой твиттерный лозунг: «Мы — 99%», выступая в оппозиции, протестуя против 1% богатейших политиков и тех, кто делает политику.

«Чувствуя изменения в Америке, необходимо создать более широкое движение, которое имеет более глубокие корни, лучше организовано и более политически ясное в отношении ближайших задач. Конечно, первые явления американской политической весны выявились, и наша история показывает, что если мобилизоваться, то мирный, но настойчивый, имеющий широкую базу бунт народа, тех, кто представляет народ на уровне слоя рабочих, может перехватить инициативу в борьбе и развить американскую мечту. Что нам требуется — это мощный прорыв американцев из глубинки. Народ требует, чтобы Вашингтон выдвинул и принял аутентичную повестку среднего класса».

Так считает обеспокоенный кризисным состоянием американского общества журналист Хедрик Смит. Это не очень веселая книга для новогоднего чтения, но она предупреждает американцев о трудностях, которые стоят перед ними, и о необходимости учитывать интересы населения — тех, кто развивает и поддерживает американскую экономику.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. — 2013. — № 1 (колонка редактора).

АРЕСТЫ В АНГЛИЙСКОМ ТАБЛОИДЕ «САН»

Как сообщила газета «Файненшл таймс» 11 февраля 2012 г., Руперт Мердок прилетел в Лондон после того, как полиция обнародовала результаты следствия относительно нелегального сбора информации в редакции газеты «Сан». В результате проведенного следствия пять ведущих журналистов газеты «Сан», которая принадлежит корпорации «Ньюс корпорэйшн», были обвинены в нелегальном сборе информации и, в связи с этим, арестованы. Господин Мердок заверил своих сотрудников, что он поддерживает редактора скандальной газеты «Сан» Доминика Моэна и что у него нет планов закрывать газету (об этом информировал журналистов человек, знакомый с планами газеты). Поездка Мердока в Лондон была запланирована заранее. 80-летний владелец газеты и крупнейшей в мире газетной корпорации в атмосфере кризиса его империи должен был защищать интересы своего бизнеса. В Лондоне, по словам коллег журналистов, были задержаны заместитель главного редактора Джефф Уэбстер, редактор отдела иллюстраций Джон Эдвардс, главный репортер Джон Кей, ведущий корреспондент раздела иностранных новостей Ник Паркер и репортер Джон Стерджис. Представитель лондонской полиции заявил, что эти журналисты арестованы по подозрению в коррупции и совершении незаконных действий в общественном учреждении. Возникли подозрения, что они совершали выплаты полицейским и чиновникам в обмен на сенсационную закрытую информацию. Были задержаны также сотрудник полиции, работник министерства обороны и служащие королевских вооруженных сил. Аресты были произведены в ходе полицейской операции «Эльведен» и расследования обвинений в получении взяток полицейскими и другими публичными фигурами в качестве откатов за информацию. Эта новость угрожала скандалом, который мог бы потрясти высший уровень медийной группы Мердока. Аналогичный случай стоил закрытия таблоиду «Ньюс оф зе уорлд», когда «Ньюс

корпорэйшн» объявила о планах покупки крупной телекомпании «Бритиш скай бродкастинг», — это привело к серьезным политическим скандалам в Соединенном Королевстве.

Последние аресты довели до 20 число людей, задержанных сотрудниками полиции, работающими по фактам прослушки телефонов газетой «Ньюс оф зе уорлд», что и привело к ее закрытию. Расследование, которое ведет полиция относительно поведения британской прессы, связано с отношениями газет и полицейских. В ходе полицейских рейдов также были задержаны Грэм Дадмэн, бывший управляющий редактор газеты «Сан», Крис Паро, возглавлявший отдел новостей, Майк Салливан, ветеран расследовательской журналистики. Все они были освобождены под залог, без предъявления обвинений.

Так же, без предъявления обвинений, были освобождены арестованные ранее — им было дано указание явиться в полицию позже.

Обвинение в подкупе офицеров полиции и других чиновников может привести к риску разоблачения по закону США об иностранных коррупционных действиях. Эти аресты, как утверждают журналисты «Файненшл таймс», были направлены против членов руководства корпорации Мердока и членов комиссии по стандартам журналистики, которая была создана для того, чтобы провести внутреннее расследование по обвинению в коррупции в газетах Соединенного Королевства.

В результате в руках полиции оказалась информация, которая привела к арестам. Выпущенное затем заявление подтвердило, что комитет по стандартам представил информацию, приведшую к субботним арестам после обысков, которые имели место в пятницу в квартирах и офисах арестованных. Действующий в рамках «Ньюс корпорэйшн» комитет по проблемам стандартов предоставил юридические документы в отношении арестованных. В заявлении Комитета говорится, что «Ньюс корпорэйшн» остается при своем намерении принять меры к тому, чтобы использованные в прошлом отдельными лицами неприемлемые способы сбора информации больше не повторялись.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. — 2013. — № 2 (колонка редактора).

ИМПЕРИЯ МЕРДОКА ТЕРЯЕТ СВОИ АКТИВЫ

Скандал, который начался после закрытия газеты «Ньюс оф зе уорлд», привел к аресту ряда журналистов английского издания, продолжается и приобретает все более острую форму. Одну из нью-йоркских газет, созданных Мердоком, которую считают особенно дорогим для него изданием, ему пришлось сейчас закрыть. Речь идет о газете «Нью-Йорк пост». Эта газета была создана в 1808 г. и была одной из самых активных массовых газет. Она отличалась остротой критики и разоблачительных материалов. Теперь она закрывается из-за финансовых трудностей, и это дает повод снова вернуться к судьбе империи Мердока. Мердок, который хотел сосредоточиться на своем телевизионном секторе, вынужден снова сокращать масштаб своих владений. В этом смысле закрытие газеты «Нью-Йорк пост» очень болезненно для него.

Эта газета имеет очень славную и обширную историю. Она была создана в начале XIX века. В ней печатались выдающиеся журналисты, одним из издателей был знаменитый английский поэт Уильям Кален Брайенд. Это была ежедневная утренняя массовая газета, которая выполняла в империи Мердока важную роль, поддерживая репутацию массового издания в Америке.

Сегодня речь идет о закрытии этой газеты, и в этом отношении империя Мердока в Нью-Йорке сокращает свои действия и теряет один из старейших и известнейших нью-йоркских активов. Она была одной из самых популярных нью-йоркских газет в XIX веке, задолго до создания «Нью-Йорк Таймс», «Нью-Йорк геральд», «Нью-Йорк трибьюн». Она занимала почетные позиции среди американских газет как издание либеральное, тесно связанное с эволюционистским движением, с борьбой против рабства негров, с выступлениями против южных плантаторов и рабовладельцев. Сегодня она не выдержала финансовых испытаний, которые обрушились на империю Мердока и заставили его сократить свою деятельность на американском континенте.

Сегодня английские газеты пишут о том, что Мердок вынужден отказаться от своей «любимой игрушки», как называют газету «Нью-Йорк пост» английские журналисты. Все это создает в Нью-Йорке известный вакуум в издательском деле, поскольку с закрытием «Нью-Йорк пост» город теряет качественную утреннюю газету. Газета, которая была куплена Мердоком в 1976 году, вынуждена закрыться из-за финансовых трудностей, которые обострились после выяснения тех нарушений, которые совершила компания Мердока. Эти нарушения привели к тому, что сегодня у Мердока нет денег на издание этой газеты.

Приходится процитировать газету «Гардиан», которая напоминает о том, что «Нью-Йорк пост» был важен для Мердока тем, что давал ему в руки оружие для поддержки его политических амбиций в Северной Америке, в Соединенных Штатах. Именно с помощью этой газеты он поддерживал кандидата на пост мэра Нью-Йорка Эда Коха и сам стал наиболее активным издателем Соединенных Штатов. Теперь этот издатель, которого больше всех боялись в США, должен уйти из печатного бизнеса. Его разоблачительные статьи сегодня остаются частью истории активной и волевой нью-йоркской журналистики. Как пишет газета «Гардиан», это был как раз тот стратегический центр империи Мердока, который представлял его власть в Соединенных Штатах. Результатом этого влияния стало избрание Эда Коха мэром, а Мердока сделало самым мощным обличителем среди нью-йоркских издателей. Его, как пишет «Гардиан», боялись больше всех в стране. Конечно, это было не сейчас, а несколько лет тому назад, но тем не менее, эта газета, представлявшая образец бульварной журналистики, была полубеззаконной, никого не уважающей, а иногда и веселой частью политики Мердока, которую «Гардиан» называет политикой «кнута и пряника», или по-английски «морковки и палки». «Морковки» были в виде попыток поддерживать беззаконие в Нью-Йорке близких Мердоку журналистов и бить «палкой» тех противников Мердока, которых он пытался обвинить во всех возможных грехах.

Теперь эта газета уходит. Вместо нее Мердок собирается создать новую газету, которая будет опираться на огромную субсидию в несколько миллионов долларов от компаний, занима-

ющихся развлечениями, — попросту от телевизионных компаний. Это деньги, которые будут течь, как вложения в действия Мердока и его сторонников по защите их интересов.

Мердоку принадлежит сейчас и газета «Уолл стрит джорнал», а вместе с ней больше 70 газет в Австралии. Кроме того, бульварная «Сан», солидная «Таймс», лондонская «Санди таймс», — все будут нуждаться в том, чтобы добиться финансового благополучия и стать самыми прибыльными частями новой компании. За это будет идти острая борьба. Однако сегодня, пишет «Гардиан», нет такого сценария, который помог бы «Посту», который, даже при сокращении денежных вливаний, стал бы терять еще больше. Сам Мердок после покупки газеты «Уолл стрит джорнал» в 2008 году вынужден был несколько дистанцироваться от «Нью-Йорк пост», а это сделало газету все более склеротичной. В газете было много стареющих людей. Редактор Колл Алан, австралиец, старой мердоковской школы, как отмечает газета, пытается уйти. Когда-то его самый опасный автор колонки сплетен добивался успехов в Лос-Анджелесе. Была и колонка по разбору печатных изданий.

Смертельный удар в Лондоне был нанесен «Нью-Йорк пост» из-за разоблачения связей журналистов с полицией города Нью-Йорк, которой Мердок платил. Журналист «Уолл стрит джорнал» Роберт Томпсон, который будет главным редактором и главным менеджером новой газетной компании, открыто презрительно отзывался о «ковбойской» атмосфере «Нью-Йорк пост».

Сейчас издателем газеты стал Джесс Анджело, один из ближайших друзей сына Мердока и его поверенный в семейных делах, — Анджело, отец которого считается важнейшим инвестором компании «Трибьют», владеющей «Лос-Анджелес Таймс», которую Мердок хотел бы купить. В свое время он был вторым номером в редакции «Пост», и ему давно обещали пост номер один после отставки Аллана. Вместо этого он стремился уйти из «Поста»: его отодвинули в новый проект Мердока — газету для планшета «Дейли». Но этот замысел Мердока провалился, и Анджело вернули в «Пост», где, по всем отзывам, он содержится в ожидании высокой должности в новой газетной компании.

О его влиянии на Мердока свидетельствует и то, что он был почетным гостем на 82 годовщине со дня рождения Мердока.

Сегодня рейтинги газеты «Нью-Йорк пост» упали. Планшетная газета «Дейли» считается в мире таблоидов изданием, выступающим в роли одного из адептов мира слухов, преступлений и политиканства. Все, о чем бы ни писали в связи с газетой «Нью-Йорк пост», – реклама, тираж, сотрудники – все сокращается. Сегодня стратегия направлена на то, чтобы старик Мердок признал, что газета «Пост» закрыта.

Сегодня трудно представить, как будет проходить борьба за пост мера Нью-Йорка без газеты «Нью-Йорк пост». Это все говорит о том, что маневрирование Мердока ограничено собственными финансовыми ресурсами и утратой сторонников и друзей среди издателей и политических деятелей.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2013. – № 3 (колонка редактора).

«ЭКОНОМИСТ»: ПОКОЛЕНИЕ БЕЗРАБОТНЫХ

Английский деловой еженедельник «Экономист», который сегодня издается тиражом около миллиона экземпляров, очень чутко реагирует на изменения, которые происходят в экономике и политике европейских стран, и прежде всего Великобритании. Один из последних майских номеров этого журнала поместил на обложке фразу «Поколение безработных». Журнал комментирует эту фразу, стремится объяснить причины растущей безработицы и даже пытается говорить о том, какие шаги можно предпринять для того, чтобы создать новые рабочие места. Но тем не менее выводы этого журнала весьма пессимистичны.

Количество молодых людей, которые не имеют работы в глобальном мире, — как они пишут, — достигло таких размеров, что соответствует всему населению Соединенных Штатов. Ссылаясь на статистические данные, журнал «Экономист» предупреждает о том, что безработица грозит стать еще более значительной и серьезнейшей угрозой развитию: и экономическому, и политическому. В мире, и прежде всего в развитых странах, среди молодых людей от 15 до 24 лет 26 млн не могут найти себе работу, или поступить учиться, или попытаться получить другую профессию. Число безработных молодых людей выросло на 30% по сравнению с 2007 г. Международная организация труда сообщает, что 75 млн молодых людей в мире ищут работу. Всемирный банк в своих исследованиях указывает, что 262 млн молодых людей в странах, где развиваются новые рынки, тем не менее не могут себя поддерживать экономически.

Вне зависимости от того, как измерять количество безработных, число молодых людей, не имеющих возможности найти себе применение, растет, и это носит не локальный, а глобальный характер. Особенно важную роль в этом процессе играют два фактора. Первый: длительный экономический спад на Западе в промышленном производстве сократил потребности в работниках, и, кроме того, сегодня легче отложить найм на ра-

боту молодых людей, чем уволить более старых рабочих. Второй: население в развивающихся экономиках быстрее всего растет в странах с очень плохо функционирующим рынком рабочей силы, — таких как Индия и Египет. В результате возникла «арка безработицы», она идет от Южной Европы через Северную Африку на Ближний Восток, и оттуда в Южную Азию, где она упирается в районы, где рецессия в более богатом мире с «землетрясением» на юге. Гнев молодых безработных уже вырывается на улицы Ближнего Востока. Преступность, которая в богатом мире идет на убыль, растет в Испании, Италии и Португалии, — странах с очень высоким уровнем молодежной безработицы.

Возникает вопрос: а сможет ли рост экономики дать молодым работу? Отвечая на этот вопрос, обычно говорят, что очевидный путь решить эту проблему — с помощью усиления экономического роста. Но самые проблемные страны — Испания и Египет — страдали от безработицы даже тогда, когда их экономика была на подъеме. На протяжении рецессии компании продолжали жаловаться, что они не могут найти молодых людей с нужными навыками работы. Это подчеркивает важность двух других возможных решений — реформы рынка рабочей силы и улучшения образования. Это два знакомых рецепта, но они требуют очень больших усилий, новых шагов и новой изобретательности.

Молодежная безработица часто особенно велика в странах со строгими законами, касающимися труда и использования труда. Картелизованная промышленность, высокие налоги на найм новых рабочих, строгие правила относительно увольнений, высокая минимальная зарплата — все это обрекает молодых людей на безработицу. Южная Африка имеет один из самых высоких уровней безработицы южнее Сахары. В значительной степени это происходит потому, что мощные профсоюзы и строгие правила найма и увольнения ограничивают возможности управления рабочей силой. Многие страны в «арке молодежной безработицы» имеют высокие минимальные зарплаты и большие налоги на работающих. Индия, например, имеет около 200 законов о найме на работу и об уровне зарплаты. Дерегулирование рынков рабочей силы — это центральная проблема в решении

судеб юношеской безработицы. Но само по себе это будет действовать.

Великобритания имеет очень гибкий и хорошо приспособляющийся рынок рабочей силы и высокий уровень юношеской безработицы. В странах, где положение в этом отношении лучше, правительство имеет тенденцию играть более активную роль в поисках работы для тех, кто ее ищет. Германия, которая занимает второе место по снижению уровню молодежной безработицы, в этом смысле показательна. Северные страны создали специальные «профессиональные планы», чтобы охватить работой или обучением молодых. Но эта политика требует очень больших средств и ее трудно выстроить в Южной Европе, где имеются миллионы безработных, не говоря уже о развивающемся мире. Более дешевый подход может быть достигнут с помощью реформы тех участков экономики, где особенно много голодных до работы людей. Например, если облегчить малому бизнесу возможности получать лицензии, или лишить строительные компании новых проектов строительства, или магазинам работать допоздна, — это все хорошие слова, но вряд ли они могут оказать решающее воздействие на состояние рынка рабочей силы. Есть и другие способы решения этих проблем. Южная Корея ввела специальные школы, Сингапур увеличил число технических училищ, в Британии развивают систему ученичества и пытаются улучшить техническое образование.

Конечно, для решения этой проблемы необходимо изменить отношение бизнеса к ней. Некоторые компании, начиная от «Ай-би-эм» и «Роллс-Ройса» до «Макдоналдса» и гостиниц, пересматривают свои планы подготовки сотрудников, но страх со стороны занятых на работе расхолаживает фирмы.

Имеются и другие пути решения этой проблемы. Работодатели могут сотрудничать с колледжами, разрабатывать схемы учебных курсов. Например, новые технологии тоже сокращают стоимость подготовки. Программы, опирающиеся на компьютерные игры, дают молодым определенное виртуальное представление о работе, своего рода виртуальный опыт. И эти онлайн-курсы устанавливают лучшее соотношение между обра-

зованием и рынком рабочей силы. Компании начинают предпринимать более ответственные шаги для инвестиций в молодых, и технология помогает демократизировать образование и обучение. У мира есть реальный шанс внедрить образовательную революцию, достойную масштабов проблемы.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. — 2013. — № 4 (колонка редактора).

ПРОТИВОРЕЧИВЫЕ ОЦЕНКИ ЕЖЕНЕДЕЛЬНИКОМ «ЭКОНОМИСТ» ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ЗАПАДНОГО МИРА

С одной стороны, еженедельник публикует специальный доклад о конкурентном взлете США, «который даже Вашингтон не может остановить», с другой стороны, тот же «Экономист» предрекает катастрофу евровалюте и соответственно упадок Евросоюзу. Зато на обложку мартовского номера еженедельника выносится весьма броский и очень оптимистический и просто плакатный лозунг – Америка работает.

Американцы напоминают о том, что Америка продолжает работать.

В журнале «Экономист» опубликована статья «Америка, которая работает». Эта статья начинается критической фразой в адрес Вашингтона. К счастью, – пишет «Экономист», – дисфункция Вашингтона – это только одна сторона американской истории, – и продолжает: крупнейшая нация на земле не может заниматься бизнесом, переходя от одного кризиса производства к другому. «Мы не можем так действовать», – возмутился Барак Обама в своем выступлении в конце марта. Кризис сегодняшнего дня – секвестр, часть бюджета, которая сокращается, поскольку эти вопросы не урегулированы американскими законодателями, сегодня заставляет конгресс снова возвращаться к проблеме бюджета. Правительство начинает закрывать те предприятия, на которые не хватает денег. В мае крупнейшая нация мира думала о том, как совладать с долгом, который уже достиг своего потолка и двинулся дальше. Если этого не произойдет, «Дядя Сэм» скоро будет заниматься сбором счетов, которые он не может оплатить.

Это та Америка, которая огорчает нас, и это та Америка, – говорит «Экономист», – над которой смеются китайские лидеры и от которой весь остальной демократический мир отчаялся до-

ждать каких-то позитивных сигналов. Долг растет, население стареет. В стране, где бюджет лопается от потребностей школы, школа теряет способность конкурировать. Старение населения ведет к потере духа и веры в американскую мечту.

На Всемирном экономическом форуме конкурентоспособность Соединенных Штатов была поставлена на седьмое место за последние четыре года. В прошлом году, — пишет «Экономист», — и господин Обама, и его оппонент Митт Ромни жаловались на то, что американская мечта ускользает, исчезает. Сегодня главный бизнес страны держится на трех триллионах долларов в ассигнациях, опасаясь вкладывать их, потому что госкорпорации не могут представить себе, что враждующие вашингтонские деятели что-нибудь решат и на чем-нибудь останутся. Это вызывает огорчение у американских журналистов.

И тем не менее журнал «Экономист» пишет о том, что есть еще и другая Америка, которая работает, и это дает людям возможность думать о том, что есть еще реальная экономика. Последние данные с рынка труда и жилья оказываются достаточно здоровыми. Баланс потребления улучшается. Рынок акций достиг рекордной высоты. Конечно, часть этого циклична. Частный сектор поднимается, но это также отражает и тот факт, что помимо округа Колумбия остальная страна начинает решать самые глубокие проблемы своей конкурентоспособности. Бизнесмены и политики, — утверждает «Экономист», — сегодня дожидаются, когда федеральное правительство придет им на помощь. Вместо этого, — отмечается в статье, — попытки конгресса справиться с трудностями игнорируют.

И здесь журнал «Экономист» переходит к следующей проблеме. Он снова берет слова из знаменитой патриотической американской песни: «Америка прекрасна». И в рубрике «Америка прекрасна» утверждает, что один из главных резонов для оптимизма — это то, что американские избиратели сегодня, как и всегда, заняты, и предприниматели хватаются за новые идеи прежней активности, как и всегда это было раньше. Инвестиции в исследования и в развитие, конечно, уже дают основание говорить о том, что они превзошли предыдущий рекорд, который был установлен во время конкуренции за космос.

Америка сегодня — дом для 27 из 30 самых часто цитируемых научных учреждений, и она готова развивать их идеи. Хотя многие страны обладают большими резервами нефти и газа, прячущимися в труднодоступных скалах, американский бизнес работает над тем, как освободить эту энергию и потом коммерциализировать через технологии самыми быстрыми темпами. В результате сегодня поднимаются паруса американской экономики. Некоторые из технологических открытий получают поддержку от федерального правительства, но революция шельфа произошла несмотря на то, что Обама и его племя «зеленых регуляторов» в большей степени оказывается не в состоянии справиться с этими новыми возможностями.

Все это говорит о том, — утверждает журнал «Экономист», — что Америка не бессильна, у нее есть люди, которые, несмотря на нехватку наличных, видят в мощных реформах возможности для того, чтобы сделать инвестиции и привлечь мигрантов, с их налогами. Канзас создал специальную программу сокращения бюрократии и платит специальные деньги тем школам, в которых получают квалификацию студенты, работая в определенных сферах. Огайо приватизировал свое агентство по экономическому развитию. Вирджиния реформировала свою систему налогов на бензин. В то время как федеральное правительство топчется на месте, штаты и города, которые обладают гораздо меньшими финансовыми ресурсами, поднимаются и находят новые пути вложения денег и развития экономики. Даже образование, — утверждает журнал, — в конце концов показывает новые признаки перемен. Штаты дают американским школам самую большую поддержку за всю историю Америки. 45 штатов развивают новые учебные программы. Тесты становятся более строгими, и преподаватели, наконец, начинают отвечать за результат. 38 штатов реформировали систему оплаты труда преподавателей, привязанную во многих случаях к результатам труда студентов. 42 штата разрешают развивать образование и создают новые школы с новыми программами.

Преждевременно еще говорить о том, что эти перемены дают результаты, но мы видим, какую встряску получила экономика. Регулирование, инновации, инфраструктура, образова-

ние — каждый из этих факторов имеет решающее значение для роста конкурентоспособности. И здесь суть Америки, которая работает: она готова к конкуренции.

Тут же задается вопрос: а как же федеральное правительство? В этом случае, — утверждает журнал, — оно помогает. Федеральные законы были катализаторами для реформы образования. Но гораздо чаще господин Обама и болтливые республиканцы, кажется, были неконструктивны и даже мешали. Федеральные кредиты должны быть обновлены, чтобы улучшить экономику.

Конечно, все может стать хуже, но кажется, что, если даже Америка в чем-то потерпит неудачу, она стремится действовать. Господин Обама и республиканцы могли бы, по крайней мере, не только мешать.

На этой оптимистичной ноте статья «Америка, которая работает» завершается. Да, журнал «Экономист» зовет к активизации изобретательности и в правительстве и вселяет веру в способности американцев к обновлению, к реформам, к новым поискам и открытиям.

Вместе с тем «Экономист» не просто критикует евросоюзников за неконкурентоспособность. Журнал не постеснялся озаглавить раздел, им посвященный, очень зло и примитивно, но броско — лунатики.

Больше того, на обложке майского номера главы правительств Еврозоны изображены соответствующим образом: премьер-министры дружно шагают к пропасти...

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. — 2013. — № 5 (колонка редактора).

ОТКРЫТАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

Представитель ОБСЕ по свободе СМИ Сьюзан Никольчев, глава департамента юридической информации европейской аудиовизуальной обсерватории, вернула внимание к проблеме открытой журналистики, которая тесно связана с концепцией открытого общества, выдвинутой в свое время Карлом Поппером.

На факультете журналистики прошли несколько конференций, посвященных проблемам открытого общества, которые включают рассмотрение отношений государства и средств массовой информации, предупреждая об опасности этатизации СМИ. Тогда же подчеркивалась важность развития открытого общества, в котором существовала широкая возможность для обмена информацией и создания текстов для медиа. Это расширение свободы печати и современного гражданского общества привело к появлению новых идей и в ОБСЕ на этот счет.

Представитель ОБСЕ по свободе СМИ высказала свои суждения относительно путей развития открытой журналистики. Помимо того, что появилось требование расширить возможности участия гражданского общества в развитии свободы СМИ, были отмечены пути усовершенствования доступа граждан к медиадIALOGам, которые включают публикации, информацию *online*, базы данных и «указатели» (список путей, по которым можно найти доступ к информации – прим. автора).

Европейская аудиовизуальная обсерватория выпустила специальную инструкцию, посвященную аудиовизуальным СМИ¹. Авторы стремятся сбалансировать сложные отношения к развитию контента, который поставляется гражданами и расширяет их свободу.

В связи с этим выпущен документ «Свобода выражений *online*», включающий следующие термины: *стандарт*, *социаль-*

¹ Freedom of Expression Online.

ные сети и ответственность. В результате развития этих концепций и предложений разработан новый документ «Открытая журналистика», где указаны важные аспекты проблемы. Они более подробно изложены в докладе Тарваха Макбелгейма из Института информационного права факультета права университета Амстердама, включающего требования к публикациям, которые подразумевают, что теоретические предложения, сделанные пользователями, могут не попасть в *online* и другие средства публикации.

Основные моменты фокусируются на работе, которая публикуется в определенном контексте. При этом подчеркивается, что здесь еще не учтен креативный подход, который будет использован для адаптации существующих работ, чтобы внести новый вклад. Здесь пользователи должны добавить собственное содержание в работу.

Эти продукты создаются за пределами привычных и традиционных практик. В прочих случаях содержание может быть произведено непрофессионалами без требований вознаграждения. Факторы мотивации включают: связь со специалистами, обретение престижа, желание самовыразиться — все это требуется для уточнения этого термина, хорошо прояснить, что он включает, а что нет, поскольку этот процесс существовал и раньше.

Сам термин внутренне ассоциируется с Интернетом, в другом случае речь идет о развитии медиаграмотности, которая включает способность пользоваться, анализировать и создавать тексты во множестве форм.

Особый акцент делается на свободе выражения в различных видах медиа, при этом особое значение придается роли «публичного сторожевого пса», в отношении информации о правительственной деятельности и более широко — в связи с проблемами, представляющими публичный интерес. Суд попросил дополнительное время и снова заметил: «Не только медиа решают задачи распространения информации и идей, публика тоже имеет право получать их».

Европейский суд по правам человека взаимодействует с важнейшими демократическими функциями, которые медиа и журналисты тоже могут выполнять.

Здесь авторы документа ссылаются на книгу «Свобода выражения и средств массовой информации» как на основной документ, поощряющий открытость демократического процесса.

В этом документе представитель ОБСЕ по свободе СМИ сосредотачивается на том, что «Интернет представляет собой новое понятие медиа. Социальные медиа делают возможным для каждого создавать, распространять и получать новости, а также комментировать и обсуждать новые идеи и развиваться в этой сфере».

Блогеры расширили сферу классической журналистики и добавили новую форму *citizen reporting* (гражданский репортаж — прим. автора) к медийному ландшафту.

Традиционная профессиональная журналистика все более использует социальные сети как инструмент для поиска и распространения своих материалов. В связи с этим развитием представитель ОБСЕ по свободе информации подготовил основные направления, на основе которых в 2013 г. вышла книга, преследующая цель способствовать свободе медиа в Интернете.

Особое место уделяется социальным сетям и свободе выражения. Социальные медиа облегчают возможность распространять информацию, делиться новостями, комментировать и включаться в создание нового содержания. Это не ограничивается редакциями. Эти права равным образом применяются ко всем формам журналистики, а не только к традиционным медиа, так же, как основные права человека не могут отличаться от прав различных категорий, включая право получать информацию в любом виде.

Социальные медиа и социальные сети бесспорно защищены в этих правах. Они используют другой способ передачи новостей, мнений и идей. Свобода медиа должна быть защищена и в Интернете, и в офлайне.

Очень важно, что нападки на журналистов, блогеров и на активистов социальных медиа также являются посягательством на свободу медиа. Законодательство и регулирование постоянно нуждается в том, чтобы отражать изменения, связанные с техническими инновациями и новыми коммуникационными процессами.

Основное право свободы выражения остается неизменным и ценным для новых технологических платформ. Для журналиста важен баланс в использовании социальных медиа для сбора новостей, репортажей, для уточнений; и этические проблемы, которые связаны с этим, остаются вызовом, который подвергается испытаниям, по мере того как развиваются стандарты социальных медиа, чтобы соответствовать требованиям новых технологий.

Быстрота реакции социальных медиа, легкость в использовании, невысокие барьеры, глобальное применение делают информацию, контент более доступными и позволяют медиа двигаться дальше. Помимо использования коммуникаций, социальные сети служат необходимым инструментом для работы журналиста, блогера. Исследование публикаций, обеспечение фондов, сотрудничество, изучение последних событий – все это происходит через социальные сети. Масштабное использование социальных сетей и медиа несет с собой новые моменты для осуществления базовых правил свободы медиа.

В мире, в котором индивидуумы общаются на публичных или полупубличных платформах, различия между профессиональными и другими формами производства контента трудно найти. Затруднительно идентифицировать отдельного автора; скорее, правильно судить не происхождение содержания, а качество содержания, которое должно соответствовать критериям журналистики. И это правило должно широко применяться.

Впервые опубликовано в: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2013. – № 6 (колонка редактора).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

6 августа 2013 года американские газеты сообщили, что «Вашингтон Пост», известная своими разоблачениями Никсона, своей особой ролью в Уотергейтском деле, борьбой за чистоту и основательность журналистики, переходит из рук Грэхемов, традиционных владельцев, к новому хозяину — основателю и владельцу интернет-портала Amazon.com. Джефффри П. Безосу, который заявил, что газета сохранит свой стиль, свое влияние, и подчеркнул в этом свою заинтересованность, поскольку понимает, что в современном мире особенно важна роль качественной прессы.

В дискуссиях о судьбе «Вашингтон Пост» возникали предположения, что Безос, известный своими амбициозными планами, может придумать что-то новое. Когда говорят о прессе, в первую очередь подчеркивают ее информационную нагрузку, ибо информационная роль газеты чрезвычайно велика. Сегодня в связи с развитием интереса к научной информации эта роль неизмеримо возросла: серьезная аналитическая газета, которая способствует распространению инноваций, становится важным фактором развития общества. И потому, когда человек, создавший компанию, которая успешно торгует книгами (а книги в условиях, когда информационное общество стремится максимально использовать научный потенциал, занимают все более важное место), покупает газету, чтобы укрепить и усилить ее, прежде всего следует говорить об изменениях в сфере распространения знаний.

Американский бизнес очень умело использует возможности прессы для реализации своих планов, особенно в сфере коммуникации. Сейчас у Безоса очень удобные позиции для того, чтобы начать действие по накоплению научного материала, новых патентов, открытий и реализовать их в своей деятельности. К этому нужно внимательнее присмотреться и обдумать, как наша журналистика может на это отреагировать, ведь сейчас в России растет интерес к научной информации. Видимо, Безос, активный и перспективный предприниматель, который очень серьезно относится к обновлению разных сторон деятельности, планирует найти новые пути расширения своего влияния в различных сферах. Соединение мощной и серьезной качественной газеты с огромным резервом книжной продукции, также содержащей фундаментальные знания, открывает для него новые возможности. Можно сказать, что, объединив «Вашингтон Пост» и интернет-портал Amazon.com, он создал новую модель современных СМИ общества знаний.

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	3
-------------------	---

2008 год

Журналистское образование: повестка на 2008 год	13
Гражданское общество и новые медиа	18
Международная журналистика в многополярном мире	24
Ломоносов и современная русская речь	28
Коммуникация в обществе знаний	34
Средства массовой информации и коммуникации в 2008 году	39

2009 год

Новый мир – новые образы: XXI век создает свои символы	49
Мобильный телефон как фактор развития информационного общества	52
Информационное общество прирастает развивающимися странами	61
Сайты расширяют информационное пространство	65
Журналистика и вызовы XXI века	69
Всё начинается с контента	74
Мобильное общество и общество знаний	84

2010 год

Петровские «Ведомости» – повестка дня на века	93
Четыре века газеты. Будет ли пятый?	97
Двадцать лет свободы печати	103
Большие выплаты для медийных начальников	109
Трудные итоги кризисного 2009 года	113
Политические кризисы и выборы 2010 г. в США	120
Роль журналистики в модернизации страны	123

2011 год

Интернет как фактор международной журналистики	131
Английская пресса модернизируется	138
Новая динамика развития газеты	144
Газета в защиту обездоленных	153
Бедность, интересующая «Нью-Йорк Таймс»	157
«Нью-Йорк Таймс» критикует президента Обаму, но поддерживает его новые инициативы	162
Средства массовой информации России	165

2012 год

Новые рубежи студенческой практики	215
Год президентских выборов: Россия (4 марта). Франция (22 апреля), Соединенные Штаты Америки (6 ноября)	219

Пророчества Збигнева Бжезинского на 2012 год	226
Памфлет против пошлости	230
Новый вариант общественного телевидения в России	233
Митт Ромни против общественного телевидения	242
Глобальная структура международной информации	247

2013 год

Американская мечта в канун 2013 года	267
Аресты в английском таблоиде «Сан»	274
Империя Мердока теряет свои активы	276
«Экономист»: поколение безработных	280
Противоречивые оценки еженедельником «Экономист» перспектив развития экономики западного мира	284
Открытая журналистика	288
Заключение	292

Ясен Николаевич Засурский

КОММУНИКАЦИЯ В ОБЩЕСТВЕ ЗНАНИЙ
Российская журналистика: 2008 - 2013

Оформление обложки *А. Баланцевой*

Редактор *Е. Гурова*

Дизайн и компьютерная верстка *Е. Сиротиной*

Подписано в печать 14.10.2013. Формат 60x84/16.

Гарнитура «NewtonС». Бумага офсетная.

Объем 18,95 усл. печ. л. Тираж 500 экз.

Издательство «МедиаМир»

www.mediamir.msk.ru; mediamir.msk@mail.ru

Отпечатано в ООО «ИПК Парето-Принт», г. Тверь.