

Воронежский государственный университет  
Факультет журналистики

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ  
ЖУРНАЛИСТСКОЙ НАУКИ

Ежегодный сборник научных статей

Воронеж 2008

Р е ц е н з е н т ы:

доктор филологических наук В.Б. Смирнов,  
кандидат филологических наук Ю.А. Гордеев

Печатается по решению

Ученого совета  
факультета журналистики ВГУ

С о с т а в и т е л ь:

доктор филологических наук В.В. Тулупов

**Современные проблемы журналистской науки.** — Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2008. — 124 с.

ISBN 5-7266-0097-5

В сборнике представлены научные статьи ведущих российских исследователей журналистики (в авторской редакции).

© Факультет  
журналистики  
Воронежского  
государственного  
университета,  
2008

## Содержание

С.Г. Корконосенко. Журналистика и политика: границы институциональной автономии.....	4
А.М. Шестерина. Авторское телевидение: проблема конкретизации границ .....	17
В.И. Сапунов. Мобильное телевидение в зарубежной мобильной индустрии: технологии, функционирование и политическая экономия.....	24
Р.В. Жолудь. Журналистика и вызовы Веб 2.0.....	57
А.В. Млечко. Репрезентации мифологемы Хаоса на текстуальном пространстве журнала «Современные записки» (на примере тетралогии М. Алданова «Мыслитель») .....	63
В.В. Тулупов, О. Сидельникова. Образование и журналистика: опыт и перемены .....	75
В.В. Хорольский. Журналистика в глобализирующемся мире: новые вызовы и теоретические подходы .....	103

## Журналистика и политика: границы институциональной автономии

Вопрос о взаимосвязи журналистики и политики будет, по всей видимости, вечно подниматься в теоретических дискуссиях, равно как и в повседневной редакционной работе. Во всяком случае, до той поры, пока в мире существуют и журналистика, и политика. Эту взаимосвязь можно принимать по умолчанию, без «провокационных» сомнений и уточнений. Тогда все содержание вопроса сводится к формам функционирования в текущем времени и выгодам, извлекаемым обеими сторонами. Однако в этой теме можно обнаруживать и коренные проблемы, к которым приходится обращаться вновь и вновь, что называется, в связи с изменившимися обстоятельствами. Тогда появляются новые наблюдения и обобщения, которые дают повод для тех самых сомнений и уточнений. По меньшей мере, воспринимая новые обстоятельства как неизбежную данность, мы проявили бы опрометчивую неосторожность. Например, анализ динамики участия СМИ в выборах приводит исследователя к заключению о том, что «средства массовой информации, будучи вовлеченными в политический процесс, все в большей степени занимают место партий и становятся эффективными каналами политической мобилизации электората»<sup>1</sup>. Какие приобретения следуют из этих статусных изменений — для общества, субъектов политической жизни, журналистики? Благо или потери они несут в себе? Есть ли такие институциональные характеристики у партий (и политики в целом) и журналистики, которые не должны подвергаться деформациям и отрицанию? Эти комментарии возникают не в порядке критики цитированного высказывания, а в развитие темы, которая, несомненно, того заслуживает. Нельзя не учитывать, что в литературе встречаются мысли о невозможности полного слияния прессы и политики, и принадлежат они политологам, а вовсе не беззаветным борцам за суверенитет журналистики. Так, предлагается дифференцировать три повестки дня: общественную, политическую и медиаповестку. А далее предлагается вывод об их принципиально раздельном существовании: «Содержание медиаповестки дня тем ближе к политической повестке, чем более активно органы власти взаимодействуют с журналистами. Эта корреляция достигает максимума в тех масс-медиа, которые полностью контролируются властью, но никогда не достигает единицы, поскольку любые СМИ вынуж-

---

<sup>1</sup>Козина Е. С. СМИ и выборы : ресурс и угрозы политического мифотворчества / Е.С. Козина. М., 2005. С. 45-46.

дены так или иначе реагировать на общественную повестку дня...»<sup>2</sup> Сложная и интересная для изучения игра сил рисуется в этой перспективе.

Вряд ли оправдана позиция исследователей, которые связывают зарождение и эволюцию периодики исключительно с политической историей мира и, в частности, России. Не меньше правды в словах тех специалистов, кто настаивает на литературном генезисе прессы, во всяком случае, в нашей стране. В литературе все активнее разрабатывается плодотворная идея о тесной связи зарождавшейся прессы с развитием науки, познания мира, или, еще шире, с идеей торжества разума — одним из краеугольных камней философии Просвещения<sup>3</sup>. Несомненно, в рождении печати сконцентрировался мощный пучок разнородных возможностей, предпосылок и потребностей.

Но нельзя не признавать и того, что современная политика скована с прессой, причем связь эта, так сказать, взаимовыгодная. Политическая жизнь питает журналистику календарными событиями, злобой дня, сенсационными отставками и назначениями — словом, не дает ей погрузиться в размеренное бестрепетное существование. Политика и политики в свою очередь тоже вынуждены поддерживать форму перед скептическими взорами репортеров, заигрывать с ними и относиться к ним как к рупору, обращенному в сторону общественности. Интерес у каждой стороны свой, эгоистический, но стойкий и ясно осознаваемый. Не случайно он пробивался сквозь толщу ограничений даже в весьма отдаленные времена. Историки отечественной печати сообщают, что хотя столетия назад политические издания в целом не поощрялись властью, эта тематика была представлена гораздо шире, чем принято считать. Помимо знаменитого журнала Н. М. Карамзина «Вестник Европы», имевшего политический отдел (1802—1803), выходили переводное издание «Политический журнал» (Москва, 1790) и первая частная газета «Гений времен: Исторический и политический журнал» (1807—1809). К началу XX века в России насчитывалось до сотни частных общественно-политических газет<sup>4</sup>.

Мы и сегодня наблюдаем, что ни одна попытка комплексно оценить политическую ситуацию не обходится без включения в этот комплекс положения дел в СМИ. Например, работающий в нашей стране зарубежный исследователь публикует свою версию динамики российской политической системы, описывая ее как авторитаризм типа «стэлс» (так образно называется

---

<sup>2</sup> Пономарев Н.Ф. Информационная политика органа власти : пропаганда, антипропаганда, контрпропаганда / Н. Ф. Пономарев. Пермь, 2007. С. 21.

<sup>3</sup> Макушин Л. М. Потенциал журналистики в социальном познании : исторический взгляд / Л.М. Макушин // Журналистика и социология'2002. Журналистика как средство общественного познания / ред.-сост. С.Г. Корконосенко. СПб., 2003. С. 54.

<sup>4</sup> Жирков Г.В. Просветительская функция журналистики в исторической ретроспективе / Г.В. Жирков // Филол. вестн. Ростов. гос. ун-та. 2003. № 3. С. 67—68.

американский самолет-невидимка). В наши задачи не входит анализ его версии. Мы лишь хотим подчеркнуть, что в ней, наряду с такими компонентами, как отход от принципов демократии, выборочное ведение антикоррупционных войн, нечестные выборы, рецентрализация управления и т. п., свое «законное» место занимает и государственная гегемония в СМИ<sup>5</sup>.

Решение принципиальных вопросов об отношениях журналистики с политикой будет корректным только при наличии надежной концептуальной «подкладки». В противном случае их рассмотрение превращается в демонстрацию вкусовых пристрастий или в обзор отдельных, весьма частных эпизодов, что вряд ли приведет к адекватному пониманию реальности. Субъективным, например, был бы ответ (ответы) на вопрос о том, что же несет вмешательство прессы в политику — общественное благо или вред. Альтернатива вовсе не надуманная. Она приходит в голову при знакомстве с полемикой двух американских критиков избирательных кампаний в США. Как и в России, здесь остро обсуждаются проблемы вмешательства прессы в политику, конкретнее — в выборы. И так, вредны ли для американского политического процесса так называемые негативные кампании, то есть скандалы и разоблачение кандидатов?

По оценке одной из полемизирующих сторон, такие разоблачения производят вредный эффект. Другая сторона считает, что они полезны для общественности, поскольку позволяют ей сделать выбор между кандидатами. Каждый из участников спора критикует манипулятивную риторику в ходе кампаний и призывает бдительнее контролировать ложные заявления. Но если один автор считает, что прессе необходимо как можно осторожнее относиться к негативной информации, которую она поставляет, то другой отвергает утверждение о том, что негативизм вреден. «Вместо чинных кампаний, когда каждый кандидат произносит общие фразы, пусть открываются и обсуждаются документы и поступки, — говорит он. — Проблема личности реальна, и у людей должен быть способ судить о личностях тех, кого они выбирают. В противном случае информация, необходимая для того, чтобы выяснить различие между кандидатами, никогда не всплывет. И политический процесс станет еще более вялым»<sup>6</sup>.

В цитируемом источнике нет подведения итогов этого спора. Можно с уверенностью сказать, что он будет возбуждаться многократно — и каждый раз без победителя. Столь же определенно мы беремся утверждать, что обсуждаемая проблема поддается расширению до размышлений о необходимо-

---

<sup>5</sup> Хан Гордон М. Назад к будущему: становление и консолидация авторитаризма типа «стэлс» / Гордон М. Хан // Россия между парламентскими и президентскими выборами : актуальные вопросы внутренней и внешней политики / под ред. К.К. Худолея. СПб., 2004. С. 7374.

<sup>6</sup> Is Negative Campaigning Bad for the American Political Process? // Taking Sides : Clashing Views on Controversial Issues in Mass Media and Society / Selected, ed., and introductions by Alison Alexander and Jarice Hanson. 6th ed. Guilford (Connecticut), 2001. P. 167.

сти и полезности включения прессы в те политические процессы, которые не замкнуты в рамках избирательных кампаний.

Ассортимент претензий к качеству и результатам политической активности прессы сформировался и хорошо известен. Общественность и политические активисты обвиняют ее в тенденциозности, исследователи — в некомпетентности, а сами журналисты громко и регулярно заявляют о давлении на них со стороны истеблишмента. Таким образом, предположение о том, что «развод» политики и прессы мог бы стать общественным благом, кажется совсем не лишним резонансом. В самом деле, почему бы не допустить, что такое хронически тревожное соединение вдруг будет разрушено? Журналистика станет собирать и анализировать сведения о социально-бытовой и культурной жизни, транспорте и науке, сельском хозяйстве и спорте — обо всем, что не относится непосредственно к политическим институтам, процессам и действующим лицам. В истории мировой и отечественной прессы бывали длительные периоды запрета на освещение политики — всей периодике или, по меньшей мере, за исключением официальных изданий. Это хорошо известно из истории французской журналистики времени Наполеона, российской печати в условиях самодержавия и пр. По аналогии сошлемся и на бывшее отсутствие других массово-информационных явлений, без которых сегодня трудно представить себе функционирование СМИ, — например, всего несколько десятилетий назад не существовало телевизионной рекламы (не только в России, но и в западных странах) и не звучали религиозные проповеди в светском эфире.

Возражения против изъятия политики из журналистики (или журналистики из политики?) появляются с разных направлений. Во-первых, дилетантизм и безответственность свойственны прессе едва ли не любого тематического профиля. С этим столкнулись уральские исследователи, когда провели опрос экспертов — опытных журналистов. Некомпетентность лидирует среди критических замечаний, в частности, при ответе на вопрос о том, что больше всего раздражает в современной российской журналистике. Резче и определеннее других критиков высказался Д.А. Урушев — редактор религиозного приложения к «Независимой газете». «Для конфессиональной... журналистики зачастую характерны крайний дилетантизм, необъективное отношение к источникам, малограмотность, — заявляет человек, получивший университетское образование по специальности «религиоведение». — Для светской журналистики характерна погоня за сенсациями и опять-таки малограмотность»<sup>7</sup>. Так что стратегию «изъятия» логично было бы распространить на все тематические разделы содержания СМИ.

Во-вторых, своеобразие политики в числе прочего состоит в том, что она чувствительнее других сфер общественного бытия затрагивает права и

---

<sup>7</sup> Социологический опрос // Современная журналистика: дискурс профессиональной культуры / под ред. В.Ф. Олешко. Екатеринбург, 2005. С. 285.

долгосрочные интересы граждан, причем объективно это относится ко всему населению, даже если некоторая его часть декларирует свою аполитичность. В-третьих, реальную возможность через прессу контролировать не только власти (на что стандартно обращается внимание в западной политологии), но и весь спектр политической жизни современное общество выстрадало и завоевало в результате многовековой борьбы. Отказ от этого приобретения был бы равнозначен возврату на ранние ступени социального опыта.

Таким образом, допущение разъединения политики и журналистики даже на абстрактно-теоретическом уровне надо считать и бесперспективным, и нереалистичным. Независимо от того, благо или вред несет в себе их союз, он неизбежен, во всяком случае, на обозримой дистанции лет. Тогда, по всей видимости, имеет смысл рассуждать о том, какими мерами оценивается «хорошее» и «дурное» и как обеспечить максимальное преобладание блага. Сами собой напрашиваются конкретизирующие вопросы. Какие взаимоотношения между журналистикой и политикой (политиками) заслуживают поощрения и какие — осуждения? Какая журналистика будет стимулировать формирование общественно ценной политики и т. п.?

Это наиболее привычный поворот мысли, выигрышный в прагматическом отношении, в том числе как методическая установка в журналистском образовании. Однако по существу здесь нет неясностей, за исключением разве что отдельных конъюнктурных деталей. Мы заранее скажем, что от прессы потребуются объективность, упомянутая выше компетентность, гражданственность, надежный иммунитет к финансовым соблазнам — и другие вполне общезвестные достоинства, укладываемые в нормативные представления о качестве выполнения журналистикой ее общественного долга.

Аналитика, избравшего этот стереотип мышления, ожидают по меньшей мере две ловушки. Во-первых, он априори исходит из того, что журналистика всегда есть, наличествует в социально-политическом мире, тогда как в действительности она может полностью атрофироваться или, в менее очевидном, но потому и более опасном варианте, уступить место своим суррогатным заменителям, прежде всего формализованной политической коммуникации. Во-вторых, следовательно, весь приведенный реестр требований придется относить к явлению, которое не получило ни общепринятого понимания, ни точного названия — даже среди сторонников политически тенденциозной эксплуатации публичного слова. Имеется в виду терминологическая неопределенность понятия политической коммуникации и прагматизм понимания общественной роли прессы, с которой мы сталкиваемся в политической коммуникативистике. Стоит ли при вступлении на территорию политики торопиться с отказом от аппарата теории журналистики в пользу явно неадекватной его замены?

Парадоксальным на первый взгляд, но оправданным в исследователь-



ском и практическом отношениях выходом из запутанной ситуации будет сохранение журналистики как самостоятельного социального института. Подчеркнем — журналистики, а не СМИ или СМК, о чем в очередной раз приходится вспоминать. Не случайно отечественные специалисты обращают внимание на существенные смысловые различия между понятиями, когда они рассматриваются в социально-политическом измерении: «В открытом информационном обществе более точным был бы термин «журналистика», вместо утвердившегося «средства массовой информации», поскольку он содержит не только информационный, но и социальный контекст»<sup>8</sup>.

Машинально взаимозаменяя эти понятия, мы сами не замечаем, как лишаем анализ предметного содержания. Так появляются следующие, например, утверждения: «Субъекты публичной политики — это граждане, СМИ и публичные, то есть избранные народом, политики. Кроме этих публичных политиков... в публичной политике активно участвуют и государственные чиновники, и политики «назначенные»...»<sup>9</sup> Нет сомнений насчет субъектности лиц, обладающих правом и политической волей, наделенных реальной законодательной или исполнительной властью, за спиной которых стоят полномочные политические институты. Но СМИ, которые по букве закона и по сути есть всего лишь форма периодического распространения информации, поставлены в этот ряд по инерции, без должных оснований. Будучи формой, они не могут претендовать и на статус социального института. Попробуем в приведенной цитате заменить СМИ на журналистику — фраза сразу начнет, что называется, резать слух, поскольку в научном сознании журналистика не соотносится с ролью субъекта политики.

При специальном (а не формально-шаблонном) отношении к предмету не составляет сложности установить, что у журналистики нет собственных политических интересов, и конкретные медиаорганизации как бы примыкают к подлинным, то есть правомочным и влиятельным, субъектам политики. Но при этом журналистика относится к числу институтов социальных, или, иными словами, пресса — это самостоятельный социальный институт. Социальный мир гораздо обширнее политического, он включает в себя политику как один из своих многочисленных «секторов». Журналистика, в отличие от СМИ, обладает ясно выраженными качествами социального института — как форма сохранения и развития социальности, как одно из воплощений общественного сознания, опыта и практики, как способ духовной самоорганизации социальной системы и пр. Значит, и в политику она приходит в первую очередь в этом

---

<sup>8</sup>Бусленко Н.И. Становление гражданского общества в Российской Федерации и средства массовой информации / Н.И. Бусленко // Филол. вестн. Ростов. гос. ун-та. 2003. № 3. С. 63.

<sup>9</sup>Груша А.В. Формы и методы организации взаимодействия субъектов политики : пресса и политический диалог / А.В. Груша. М., 2000. С. 5.

своим качестве, а не как инструментальный придаток тех или иных корыстно ориентированных политических сил.

Рассмотрим в этой связи способ размышлений голландского профессора Дэниса МакКвейла, автора многократно переизданных в Европе учебников по теории массовой коммуникации. Он выявляет две основные теоретические концепции прессы: «В преобладающей части пресса стала отраслью индустрии, занятой предоставлением публике услуг, с ориентацией на получение прибыли как условия или цели деятельности. Хотя эта черта всегда была ей присуща, тем не менее существует альтернативная и некогда более сильная концепция журналистики как института общественной жизни, особенно по отношению к политике»<sup>10</sup>. Обратим внимание на то, что, во-первых, подчеркивается институциональная природа именно журналистики, а не СМИ или СМК, во-вторых, ни одна из этих крайностей не вбирает в себя подчиненность журналистики политике. Более того, далее мы встречаем мысль о партнерском взаимодействии журналистики с другими социальными институтами, в том числе с политикой: «Журналистику можно рассматривать в диапазоне различных обязанностей и требований, особенно тех, которые поддерживают работу других социальных институтов, таких как политика, правосудие и образование»<sup>11</sup>.

Думается, на этом фоне вряд ли уместными будут утверждения о том, что вся теория журналистики на Западе якобы укладывается в рамки коммуникативистики, а та, в свою очередь, инфицирована идеей политического сервиса. Напротив, в европейских научных школах социально-институциональная суверенность прессы нередко понимается как гарантия ее независимости в реальной практике. Примечательно, что спор по этому поводу выражается в виде оппозиции терминов (в котором, естественно, каждый исследователь волен выбирать свою сторону). Вслушаемся: «Для французской академической среды (и вне ее) весьма обычным делом является различие или даже противопоставление информации и коммуникации. Большинство журналистов утверждают, что их социальная легитимность обусловлена защитой демократии против любого вида власти, будь она экономической или политической. В данной проекции информация отделена от коммуникации, касается ли это методов или продукции. Журналисты часто заявляют, что это — вопрос их профессиональной идентичности. Кроме того, они очень часто утверждают, что

---

<sup>10</sup> McQuail, Denis. Journalism as a Public Occupation : Alternative Images / Denis McQuail // Democracy, Journalism and Technology: New Developments in an Enlarged Europe. The Intellectual Work of ECREA's 2008 European media and communication doctoral summer school / Ed. by Nico Carpentier, Pille Pruulmann-Vengerfeldt, Kaarle Nordenstreng, etc. Tartu, 2008 // [http://www.researchingcommunication.eu/reco\\_book4.pdf](http://www.researchingcommunication.eu/reco_book4.pdf). P. 48.

<sup>11</sup> Ibid. P. 52.

неизменное разделение имеет исторические корни. Согласно этим взглядам, информация соотносится с «критическим мышлением» (которое отчетливо характеризует журналистику), в то время как коммуникацию они видят в связи с пропагандой, имея в виду главным образом рекламные объявления, коммерческое вещание, равно как местный, региональный, национальный и международный политический дискурс, что является типичными приметами нынешнего периода «медиатизированной коммуникации»<sup>12</sup>.

Последнее замечание имеет прямое отношение к текущей отечественной истории. Нет слов, сталкиваясь с фактами действительности, мы бываем вынуждены делать множество оговорок и поправок на конкретность политического процесса. Прочность позиций официально-государственной прессы, предвыборные издания кандидатов и партий, беспринципная торговля журналистов убеждениями — лавина подобных свидетельств вовлеченности прессы в политическую игру способна затмить ее социальную по преимуществу природу. Но проведем еще раз параллель с другими областями тематической специализации в журналистике. Включенность отдельных изданий и авторов в театральные интриги не позволяет нам ставить вопрос о «приватизации» журналистики театром и миром искусства в целом; то же — с отношениями между прессой и спортивной жизнью, судебной-правовой системой, туристическим бизнесом, наукой и т. п. Тематически специализированная журналистика служит мощным фактором протекания процессов в различных сферах социальной практики. Но как только она превращается в один из элементов их структуры и начинает действовать изнутри, так сила ее влияния на них резко снижается. Наоборот, сохраняя себя как агента общественности, действующего извне, объявляющегося с собственным «уставом», обладающего уникальным функциональным набором и социальными по происхождению целевыми установками, она оказывает максимальное воздействие на объекты своего внимания.

В критической литературе последнего времени встречается немало попыток выбраться из тупика так называемой политизации прессы (хотя одновременно ряд исследователей подают политизацию едва ли не как закономерность современного развития журналистики). Эти попытки преодоления аномалии облекаются в различные формы и предпринимаются по разным поводам; иногда приходится снимать плотный поверхностный слой частных фактов, чтобы обнаружить глубинное родство идей других авторов с нашими размышле-

---

<sup>12</sup> Cabedoche, Bertrand. Information and Communication : Do These Terms Constitute Absolute Opposite Practices and Concepts? Remarks on Online Municipal Bulletins (OMBs) Within the Context of Everyday Life / Bertrand Cabedoche // Media Technologies and Democracy in an Enlarged Europe. The Intellectual Work of the 2007 European Media and Communication Doctoral Summer School / Ed. by Nico Carpentier, Pille Prulmann-Vengerfeldt, Kaarle Nordenstreng, etc. Tartu, 2007 // [http://www.researchingcommunication.eu/reco\\_book3.pdf](http://www.researchingcommunication.eu/reco_book3.pdf).

ниями. Рассмотрим некоторые из таких внешне несопоставимых эпизодов профессиональной макро-дискуссии.

Встречаются, например, оценки практики СМИ с позиций политологии журналистики. Так, в исследовании партийной прессы (надо заметить, одним из крайне немногочисленных сегодня) говорится: «Можно бесконечно подвергать критике партию большевиков, но ни одна современная отечественная политическая партия не разработала содержательной системной концепции партийного издания. <...> Существующие партийные издания не служат целям партийной агитации и пропаганды, т. к. у партий нет конструктивных программ взаимодействия со СМИ и воздействия на аудиторию через собственную партийную прессу. Партийные издания создаются, скорее всего, для узкого круга единомышленников, а не для широких групп населения. <...> Можно предположить, что у партий, игнорирующих партийную прессу, нет будущего»<sup>13</sup>.

Здесь можно усмотреть «доказательство от противного», то есть с точки зрения интересов политических организаций. Но в принципиальном плане ставится вопрос о том, располагается ли изучаемый отряд журналистики «внутри» партийно-политической жизни или сфера его действия размыкается до горизонтов взаимодействия с социумом и всей массой граждан. С ответом на этот вопрос прямо связывается степень влияния прессы на политическую действительность.

Далее — о правовой стороне вопроса. Вспомним неловкую ситуацию с новой редакцией Закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», согласно которой в журналистских материалах фактически запрещалось выражать мнение о кандидатах и партиях, участвующих в выборах. Тем самым из журналистики вымывалась ценнейшая для общества составляющая — комментирование политических событий. Показательно, что вскоре в профессиональном журнале появились рекомендации юристов, призванные помочь редакциям избежать рисков преследования за нарушение закона. В их числе была и такая: «Рекомендуется полностью отказаться от аналитических по содержанию программ, посвященных выборам в период избирательной кампании»<sup>14</sup>. Мера, конечно, вынужденная, но категорически отрицающая журналистику как профессию и форму общественной критики политического процесса. И все лишь потому, что пресса волею законодателей была погружена в практическую политику, тогда

---

<sup>13</sup> Соколова Е.П. Проблемы современной партийной прессы / Е.П. Соколова // Журналистика и политика / сост. М.М. Ковалева, Д.Л. Стровский ; под науч. ред. М.М. Ковалевой. Екатеринбург, 2004. С. 88-93.

<sup>14</sup> Китайчик М., Мотовилова О. Рекомендации журналисту по освещению избирательного процесса / М. Китайчик, О. Мотовилова // Законодательство и практика масс-медиа. 2003. № 10. С. 6.

как ее удел — находиться вовне. По счастью, под давлением общественности в октябре 2003 года Конституционный суд поправил законодательную власть, которая посягнула на суверенитет журналистики.

У популярной темы политизации есть еще одно измерение — профессионально-нравственное. Ветеран «Известий» А. Плутник с горечью пишет о целой когорте (если не массе) людей, которых он называет временщиками в журналистике. Имеются в виду те, кто с готовностью примыкал и примыкает к любому политическому флангу или субъекту в поисках личной выгоды. Вот типичные портреты: «Ну, подумаешь, был киллером, поработал немножко на этом поприще... Или: ну, подумаешь, прислуживал прежде не тому олигарху, агитировал за него на выборах... на чем немножечко подзаработал... Или: ну, подумаешь, принадлежал к крайне одиозной политической секте... Все мы не без греха, все одинаково служили, все виноваты...»<sup>15</sup> Псевдонаучная риторика может прикрывать и освящать такую практику, хотя на деле корыстная политизированность разведает институт журналистики в самом его основании.

На наш взгляд, приведенные материалы, будучи прочитанными аналитически, в совокупности подсказывают, что ответ на вопрос о благотворности или вредности участия прессы в политике надо искать опять-таки в связи с самоопределением журналистики как социального института: она не находится внутри политики, а взаимодействует с ней. Разумеется, кроме тех ситуаций, когда конкретное СМИ является собственностью политической организации и входит в ее структуру. Но этот порядок перестал быть доминирующим в отечественной журналистике. Между прочим, еще раньше он ушел в прошлое в странах Европы. Будет полезно познакомиться с оценками, которые дают исследователи А. Сигурд (Норвегия) и Э. Поллак (Швеция) в статье с характерным названием «После падения партийной прессы: являются ли журналисты новым типом политических деятелей?».

«... Политическая журналистика так же вовлечена в конкуренцию за площадь и эфирное время, как и другие типы журналистики новостей. Большинство норвежских и шведских газет больше не резервируют страницы для политических новостей (в отличие, скажем, от деловых новостей, культуры и развлечения, спорта). То же происходит с политикой в телевизионном новостном вещании. <...> Приоритет всегда отдается политическим скандалам. Но сообщения о текущих политических процессах часто проигрывают в конкуренции... <...> В анализе журналистов как участников политических процессов мы должны различить роли репортеров и комментаторов. Ученые мужи прессы, ведущие комментаторы и политические аналитики, другими журналистами и публикой воспринимаются как выразители политических

---

<sup>15</sup> Плутник А. Временщики / А. Плутник // Журналистика и медиарынок. 2008. № 9. С. 19.

мнений. Они критикуют, оценивают, интерпретируют и дают советы. <...> В то же время, в соответствии с англо-американскими теориями об «объективности» новостей, скандинавские редакторы отделов информации часто настойчиво доказывают, что политические репортеры ни в коей мере не являются участниками политических процессов. Суждения, выбор приоритетов и освещение политических конфликтов и драм рассматриваются как «чисто журналистские» выступления, основанные на стандартных критериях ценности новостей»<sup>16</sup>.

Как можно заметить, в скандинавской прессе возобладал социально-институциональный подход к политической журналистике, в меру прагматичный и в то же время достаточно теоретически широкий, чтобы изучать ценность вклада прессы в политику.

Конечно, оценивать поведение журналистики в политической сфере можно не только с социальных или профессионально-прикладных позиций. Она одновременно принадлежит к явлениям духовной культуры, и в этом измерении к ней приложимы философско-моральные сентенции. Ведь в конечном счете повседневная редакционная практика, равно как политика и политиканство, базируется на той или иной метафизической системе. Соответственно даже единичные поступки могут рассматриваться в свете фундаментальных мировоззренческих установок действующих лиц. Однако в этом случае мы выйдем за пределы своего прикладного анализа и переместимся в область духовного предназначения всей журналистской деятельности, ее ценности для человека в морально-нравственном измерении. Социально-институциональный подход помогает решить более конкретные вопросы. Правда, он не гарантирует исследователю открытия вечных и неизменных истин — наоборот, знание всегда будет представлять как ситуационное, в силу подвижности жизненного материала. Но эта изменчивость все же имеет более или менее определенные границы допустимого, за чертой которых журналистика перестает существовать, а значит, и ее исследование теряет научный и практический смысл.

Утверждать право политической журналистики на автономию приходится в условиях, когда в ней самой многое еще не отстоялось и не получило общепринятой трактовки. Это относится и к методике труда, и к этическим нормам поведения, и даже к словам, которыми обозначаются явления редакционных будней. Поколение нынешних политических обозревателей выросло фактически без прямого участия науки и специализированного образования, их профессиональная культура складывалась «на марше», стихийно. Особен-

---

<sup>16</sup> Allern, Sigurd, Pollack, Ester. After the Fall of the Party Press : Are Journalists a New Type of Political Actors? Case study of two recent political scandals in Scandinavia / Sigurd Allern, Ester Pollack : Paper prepared for presentation at the 26th Conference of the International Association for Media and Communication Research in Paris. July 23—26, 2007. P. 4-6.

но острый кадровый голод испытывают регионы. Как утверждает главный редактор газеты «Уральский рабочий» Л.Л. Кошцев, «у нас есть политобозреватели буквально в единичных экземплярах <...> у журналистов не только нет знаний и информации, но еще и желания их пополнять. <...> В итоге за редчайшими исключениями местная политическая журналистика — это... озвучивание чьей-то позиции»<sup>17</sup>.

В этом отношении политические корреспонденты мало отличаются от политологов. Как верно отмечают обозреватели, «политологическое образование в нашей стране делает только первые шаги. Стоит заметить, что до середины 90-х годов политическим наукам обучали только в избранных учебных заведениях, однако в последние десять лет ситуация сильно изменилась... <...> Не секрет, что большинство известных российских политических аналитиков, за редким исключением, не имеют профессионального политологического образования»<sup>18</sup>.

Отсюда — широкое распространение стереотипов мышления о профессии и в профессии, как легче всего усваиваемой интеллектуальной пищи. Вины журналистов здесь, конечно, нет, им по роду деятельности положено скорее воспринимать понятия и категории, чем создавать и теоретически обосновывать. Но какие бы ни были тому причины, проблемные ситуации существуют de facto. Нередко бывает трудно добиться взаимопонимания — и между исследователями, и в диалоге ученых с практиками, в том числе из-за несовпадения тех систем координат, в которых развивается мысль.

Вместе с тем регулярно возникают ситуации общения, когда требуется именно отчетливая ясность обозначений, ибо за ними — существо позиции и выбор профессиональной технологии труда. Стереотипы, как эрзацы терминов, дополнительно затрудняют диалог. Возьмем для иллюстрации получившее довольно широкое хождение наименование «политический журналист». В этом новообразовании прячется некая двусмысленность, неопределенность: то ли журналист по роду деятельности стал политиком, то ли громче других высказывает свои убеждения, то ли верно служит определенным политическим силам, предавая забвению интересы общества и своей аудитории... К тому же вслед за политическим журналистом, по формальной логике, должны появиться журналисты экономические, юридические, экологические, аграрные, научно-технические и пр., что временами звучит забавно, если не нелепо («культурный журналист»).

---

<sup>17</sup> Кошцев Л. Л. Невостребованными могут оказаться не только плохие журналисты, а вообще все... / Л.Л. Кошцев // УМО-регион. Вып. 2. Место журналистики в современных средствах массовой информации / ред.-сост. Л.М. Макушин. Екатеринбург, 2006. С. 13-14.

<sup>18</sup> Носков В. Где делают профессиональных политологов / В. Носков // Газета.ру. 2004. 27 мая // <http://engine.awaps.net/1/3084/001001.gif?0-0-0-a:14577p:11137>.

По нашему мнению, чтобы избежать такой невнятности, надо увидеть политическую журналистику как широкую область предметно-тематической специализации. В кадровом измерении она представлена целым реестром должностных позиций: парламентскими корреспондентами, политическими репортерами, обозревателями, комментаторами, шире — политическими корреспондентами. Так, в соответствии с производственными обязанностями, их и надо именовать (сравним: экономический обозреватель, спортивный комментатор, судебный репортер...). Уместно ли в этот ряд помещать политолога? Да, если имеется в виду качественная характеристика эксперта в вопросах политики, оснащенного глубоким знанием проблем и тенденций в своей области, исследователя, а не поставщика событийной информации. По всей видимости, на этот статус с большим основанием претендуют приглашенные специалисты, чем редакционные полевые корреспонденты.

К слову сказать, и политолог журналистики — это специалист, исследующий прессу с использованием багажа политических наук и теории журналистики. Если это и не всегда ученый по профессии (а, например, редакционный аналитик), то уж, во всяком случае, человек, обремененный и специальными познаниями, и навыками строгого, объективного изучения материала. Как представляется, ему должно быть чуждо восприятие себя как реального политика. Хотя бы потому еще, что статус публициста или исследователя прессы ничем не уступает позиции политического функционера и ничуть не меньше вызывает профессиональное самоуважение.



## Авторское телевидение: проблема конкретизации границ

Как известно, телепроизведения можно условно разделить на три группы — компилятивные, версифицированные и собственно авторские. Развитие последних на современном телеэкране устойчиво ассоциируется с такими терминами, как «авторское телевидение», «авторская передача». Несмотря на распространенное использование этих терминов в профессиональной, научной сферах и в зрительских кругах, границы явлений очерчены нечетко и требуют, на наш взгляд, большей конкретизации. Тем более что в последнее время именно этот сектор телевизионного вещания вызывает активный интерес в силу различных социокультурных и собственно профессиональных причин. Активизация внимания к творческой индивидуальности автора поддерживается ростом потребностей зрителей в креативном взаимодействии с автором (фигура «зрителя-пользователя», «зрителя-творца»).

По мнению французского семиолога Р. Барта, фигура автора принадлежит новому времени. Она формировалась по мере того, как общество стало открывать для себя достоинство индивида, или, выражаясь более высоким слогом, человеческой личности. Авторское телевидение, как правило, аккумулирует наиболее эффективные и креативные формы работы тележурналиста и позволяет последнему раскрыть творческий потенциал в максимальной степени. В самых общих чертах авторская телепередача — это телевизионный продукт, являющийся результатом творческой деятельности одного или группы людей, обеспечивающих ее формальное и содержательное своеобразие, оригинальность, очевидную непохожесть на существовавшие ранее передачи. В узком смысле слова авторская передача характеризуется тем, что ее ведущий формирует пространство экранного документа изнутри. Автор по определению является центром того «замкнутого бытия», в границах которого рождается неповторимый, своеобразный художественный мир.

Обычно сам термин «авторская передача» ассоциируется с высококачественным продуктом, своего рода эталоном нового формата. Возможно, такие эмоциональные оценки сопряжены с традиционным представлением об авторском телевидении в целом. Общий уровень последнего, в самом деле, представлен скорее образцами качественной тележурналистики, а авторские передачи воспринимаются нередко как своего рода источник новых форматов. И, как правило, речь идет о том, что исторически успешные сегодня форматы когда-то были авторскими. Однако такие оценки вступают в противоречие с

распространенным в науке о журналистике толкованием термина «авторская передача» и невольно вызывают вопрос об относительности трактовки природы авторской передачи, немислимой без центрального звена — конкретного автора-ведущего. Задумаемся: если мы воспринимаем авторские передачи как своего рода «кузницу» форматов, как же мы должны относиться к рассуждениям о «своеобразном художественном мире» автора? Может ли кто-то другой, помимо автора, «совместить» свою оригинальную личность с тем внутренним пространством экранного документа, который когда-то был создан? Каким образом он интегрирует собственную индивидуальность в уже существующую матрицу художественного пространства другой личности? Думается, несмотря на очевидную сложность такого процесса, адаптация и реструктуризация экранного пространства всё же возможна. Тем более что история телевидения изобилует фактами такого рода. Одним из ярчайших примеров на экране российского телевидения может служить длительный поиск ведущего для телеигры «Что? Где? Когда?». Несмотря на общее мнение о незаменимости А. Ворошилова в качестве ведущего и о предопределенности «гибели» передачи, новый ведущий был найден. Но при этом приходится смириться с тем фактом, что пружина игры, внутренний ее характер, атмосфера всё же изменились. Модульные компоненты были сохранены, формат «выстоял», но интонация, темпоритм, акценты существенно трансформировались. Аналогичные ситуации можно обнаружить и в «судьбах» других авторских передач. Подвергаясь формализации, они рождают форматы, однако сами по себе форматами не являются.

Более того, хотя авторские передачи и являются своего рода банком новых форматов, судьба их может быть неодинаковой. Одни остаются зафиксированными в истории как яркое, неординарное явление и больше уже не появляются на экране. Другие, напротив, тиражируются снова и снова в немного трансформированных вариантах. Такая разница судеб, думается, зависит от комплекса факторов — в том числе и объективных (изменение социокультурной обстановки, трансформация предпочтений аудитории, достижения в области техники и технологии производства). Однако в гораздо большей степени судьба авторской передачи зависит от воли автора и степени интегрированности его в канву теледействия. Случается так, что уход автора-ведущего неизбежно приводит к утрате передачи. Здесь можно рассуждать даже не об авторской передаче, а об авторском, невоспроизводимом формате, как это произошло, например, с передачами Л. Парфенова, заставившими ввести в оборот практиков и исследователей журналистики такое яркое определение, как «парфеновский формат». Случается и наоборот — ведущего можно заменить. Как правило, чем более технологично, четко выстроена передача, тем проще протекает этот процесс. И наоборот: чем в большей степени она представляет авторское видение мира, его мироощущение, тем меньше

она воспроизводима. Думается, в строгом понимании термина «авторская передача» именно этот, «незаменимый» внутренний мир автора может быть определенно отнесен к авторскому продукту.

Однако и такой подход к определению авторской телепередачи на ТВ встречается с рядом сложностей. Прежде всего, приходится признать, что автор на телевидении — создатель телепередачи, фильма, другого произведения, которое является результатом коллективного труда, плодом синтетического телевизионного искусства. Поэтому на телевидении могут быть автор сценария, автор текста, автор музыки, режиссер-постановщик одной передачи. У них могут быть соавторы — режиссеры, операторы, художники. И в этой ситуации насколько правомерно говорить об индивидуальном авторстве?

Как известно, авторство на телевидении регулируется Законом Российской Федерации «Об авторском праве и смежных правах», который создает юридические основы отношений, возникающих при использовании на телевидении произведений литературы и искусства (авторское право), фонограмм, исполнений, постановок, передач организаций эфирного или кабельного вещания (смежные права). В качестве объектов упоминаются сценарные произведения, инсценировки. В этом смысле авторство телепередачи как бы ставится под сомнение. К субъектам авторского права закон относит режиссера-постановщика, сценариста. Таким образом, с точки зрения законодательства авторской может быть признана та передача, где автор активнейшим образом участвует в разработке сценария или выступает в качестве режиссера. Этому формальному и мало что проясняющему в творческом отношении подходу хотелось бы противопоставить определение авторской передачи со стороны сущности. В ней действительно создается новый, непохожий ни на что иное авторский мир. Причем формируется этот мир преимущественно не на материале оперативных событий (как, например, в новостной журналистике), а на основе нового подхода к известным, актуальным событиям. На фундаменте уже привычных процессов, явлений авторский взгляд рождает то, что В. Библер назвал «миром впервые»: «прописные» истины вновь обретают в сознании зрителя сокровенный смысл, мы начинаем размышлять над проблемами, казавшимися уже решенными или, по меньшей мере, забытыми, начинаем по-новому, на основе предложенных автором незнакомых ориентиров оценивать то, что казалось таким очевидным. Известный режиссер Кира Муратова в одном из своих интервью обозначила такую трансформацию как ключевую задачу и сущность любого искусства вообще: «Искусство так же, как религия, дает и утешения, и утешения. На разных уровнях. И то, что является правдой для одного уровня сознания, будет лакировкой и неправдой для другого уровня сознания, настроенного на правду. Но носитель такого сознания тоже никакой правды не получает, потому что его мозг тоже ограничен. Нельзя назвать ни «правдой», ни «неправдой» ту мо-

дель, которую ты накладываешь на мир. Она все равно его «лакирует», пусть даже в очень грустном варианте. Модель организует мироздание, чтобы мозг его воспринял и утешился хотя бы, так сказать, игрой ума. Пусть это будет очень грустно, очень печально, но радость формы дает радость мозгу, и это утешает. Любое искусство не является правдой, любое искусство является тем или иным уровнем лакировки модели мироздания, которое мы не можем охватить разумом»<sup>1</sup>. Думается, именно такой подход, когда автор формирует новый мир, ищет правду и заставляет зрителя искать ее, и служит основным критерием определения авторской передачи на ТВ. Сложно не согласиться с С. Рубинштейном, утверждавшим, что каждая сколько-нибудь яркая личность имеет свой более или менее ярко выраженный эмоциональный строй и стиль, свою основную палитру чувств, в которой она по преимуществу воспринимает мир. Но при этом далеко не каждая личность умеет воплотить это в творчестве. Уникальный взгляд на мир, умение через парадоксы, иронию заставлять зрителя вновь верить в простые, но забытые истины, удивительная способность находить необычное, интересное в самых заурядных жизненных явлениях делают журналистику авторской. Благодаря особому таланту автора обнаруживать нюансы, ассоциации, оттенки мы встречаемся с неизвестным нам миром, отождествляемся с автором-героем и восхищаемся тем, чем восхищается он, негодуем по поводу того, что возмущает его и что передано с помощью экранных выразительных средств.

Все вышесказанное позволяет нам утверждать, что авторская передача — не жанр. Совершенно очевидно, что она предполагает возможность интеграции самых разных жанров. Это, безусловно, и не тип, поскольку авторская телепередача может быть представлена разными типами экранных продуктов. Попробуем, тем не менее, в каком-то плане формализовать подход к определению авторской телепередачи и обнаружить признаки, комплекс которых может стать своего рода ориентиром в определении ее границ.

На уровне формы это, как правило, новаторский подход к подаче материала («Взгляд»), постоянный ведущий или ведущие («Что? Где? Когда?»), эффект участия («Непутевые заметки»), завершенность на уровне композиции («Намедни»), единство в реализации концепции несмотря на смену жанров, композиционных узлов («Ночной полет»), ярко выраженная узнаваемая драматургия («Блеф-клуб») и темпоритм («Времена»), выход за рамки жанра («Гордон Кихот»), доминирование в числе выразительных средств художественных («Забывтый полк»), адресность, «дистанция доверия» («Серебряный шар»), культура съемок, качество звукозаписи и монтажа, часто — интимизация

---

1. Цит. по: Охотин Н. Круглый стол с участием Киры Муратовой (коллективное интервью) / Н. Охотин // Полит.ру. <http://www.polit.ru/documents/107113.html>.

общения («Антропология»), наличие элемента непреходящей ценности. По поводу последнего признака А. Малкин справедливо заметил, давая оценку работе АТВ: «50 % нашей продукции можно посмотреть еще раз. Для такого сиюминутного дела, как телевидение, это больше, чем знак качества».

С точки зрения содержания авторская передача — это всегда новизна и оригинальность идеи, наличие жизненной документальной основы, соответствующей реальным запросам общества, глубокое личностное содержание автора, наличие мнения, которое отличается от мнения большинства, способно заинтересовать остальных.

Цель авторской передачи — максимально эффективным образом ответить на вопрос, который в равной степени волнует автора и аудиторию. Как правило, авторская передача не дает окончательных ответов на вопросы, но дает аудитории материал, достаточный, чтобы самим выработать ответы. Основная ее функция — формирование общественного мнения. А ключевая сложность заключается в необходимости «производить на скоростном конвейере штучные вещи», что неизбежно рождает опасность временности, преждевременности, несвоевременности, «нераскрученности».

Несмотря на очевидность креативного риска, авторский сектор ТВ развивается интенсивно. К основным предпосылкам развития авторского телевидения можно отнести факторы самого разного уровня — от социокультурных до профессиональных:

1. Слом или изменение социального строя или, напротив, долгосрочное сохранение социального строя.
2. Длительное доминирование официальной журналистики.
3. Длительное доминирование жесткой журналистики.
4. Однотипный подход к информированию разных телеканалов, политика контрпрограммирования.
5. Жесткость жанровых форм.
6. Поточный характер вещания.
7. Тенденция к персонификации информации.
8. Усиление интереса к личности журналиста.
9. Специализация информации и затруднение поиска.

Определяемый творческой индивидуальностью мир авторского ТВ чрезвычайно разнообразен. По функциональной направленности авторские передачи могут быть информационно-аналитическими («Времена»), культурно-просветительскими («Очевидное-невероятное», «Апокриф»), развлекательными («Блеф-клуб»). По целевой направленности могут образовывать тематический («В мире животных») и проблемный сектор («Основной инстинкт»). По тематике могут быть посвящены вопросам культуры («Кумиры»), политики («Клуб сенаторов»), науки («Очевидное-невероятное»), персоне («Женские

истории Татьяны Пушкиной»), решению бытовых проблем («Декоративные страсти»). Да и с точки зрения метапрограмм авторский сектор адекватно отражает существующую на ТВ палитру:

1. Метапрограмма «Люди» — акцент на лидерах, культовых фигурах истории, политики и культуры («Ночной полет»).

2. Метапрограмма «Ценности» — акцентуация материальных и духовных благ («В мире животных», «Гордон», «Взрослые игры»).

3. Метапрограмма «Сходство» — перемещение культовой фигуры в «простую среду» («Герой дня без галстука», «Пока все дома», «Растительная жизнь»).

4. Метапрограмма «Процесс» — демонстрация сцен обыденной жизни («Непутевые заметки», «Едим дома»).

5. Метапрограмма «Прошлое» — акцентуация важных моментов истории («Намедни», «Забывтый полк»).

По аудиторной направленности авторские передачи могут быть предназначены для семейного просмотра («Культурная революция»), для детей («Спокойной ночи, малыши!»), для подростков («Умники и умницы»), для сегментированной части аудитории («Нож», «И жизнь, и слезы, и любовь»). По форме авторские передачи могут быть монологическими («Сегоднячко»), диалоговыми («Взрослые игры»), комбинированными («Кумиры»). При этом они, как правило, представляют полижанровые структуры с доминированием того или иного жанра:

- интервью («Герой дня без галстука»);
- беседа («Ночной полет»);
- ток-шоу («Культурная революция»);
- репортаж («Непутевые заметки»);
- расследование («Честный детектив»);
- телеочерк («Дачники»);
- комментарий («Времечко»);
- обзор («Итоги»).

По доминированию креативных или технологических компонентов авторские передачи опираются преимущественно на три модели:

— креативную. В ее основе — творческий процесс. Затраты на технические и организационные компоненты незначительны. Это — подавляющая часть студийных бесед, монологические студийные передачи («Рожденные в СССР», «Серебряный шар»);

— креативно-техническую. Решающее значение имеют технические и технологические новации — к примеру, виртуальные изображения («Гушите свет», «Куклы»);

— организационно-техническую — связанную с трансляцией динамического действия, которое сложно контролировать, полностью прогнозировать.

Большую часть времени занимает организация, расстановка персонала и настройка техники, координация процесса («Умники и умницы»).

По стилям и направлениям авторские передачи также представлены в чрезвычайно широкой палитре. Они могут содержать в себе элементы андеграунда («Антропология»), натурализма («Честный детектив»), реализма («Забывтый полк»), романтизма («Непутевые заметки»), сюрреализма («Куклы»).

В формальном плане авторская передача может интегрировать элементы различных метажанров: анекдота («Белый попугай»), детектива («Независимое расследование»), китча («Модный приговор»), мелодрамы («Кумиры»), трагедии («Забывтый полк») и даже научной фантастики («Необъяснимо, но факт»).

Такое разнообразие жанров, стилей, направлений авторских передач в сочетании со стремлением современного зрителя к сотворчеству позволяет предсказать авторскому телевидению успешное будущее. К другим факторам, обеспечивающим его устойчивое развитие, можно отнести:

1. Рост объема информации при сохранении времени просмотра.
2. Изменение стратегии получения информации в пользу активной ее интерпретации со стороны аудитории (развитие сектора гражданской журналистики, подкастинг).
3. Рост многоканальности. Увеличение доли кабельного телевидения. Увеличение доли аудитории локального вещания.
4. Снижение рейтингов крупных универсальных телеканалов. Уход аудитории на специализированные каналы (процесс фрагментации и нишевизации аудитории).
5. Доминирование специализированных каналов в топе локального вещания.
6. Изменение традиционной «цепочки создания ценностей»: приобретение информационного «сырья» — производство «содержания» — доставка целевым группам — получение прибыли от продажи содержания и/или от рекламы. Отторжение процесса создания медиаконтента от СМИ, когда «производителями» содержания становятся информационные агентства, службы видеoinформации, киностудии, продюсерские телекомпании, звукозаписывающие студии. Развитие «производящего» сектора («А-медиа»).
7. Развитие новых технологий, которое неизбежно приводит к запросу новых форм.

Всё это, думается, способно обеспечить перспективное будущее авторскому сектору телевидения. Однако здесь необходимо добавить, что избранный человеком личный путь самовыражения может быть удачным или наоборот, обеспечить ему успех или поражение. Сравнительная оценка авторских продуктов в искусствоведческой критике или научном исследовании, а еще лучше — зрительское восприятие, показывают: плохое и хорошее, талантливое и бездарное, яркое и скучное можно обнаружить в произведениях буквально всех существующих жанров, во всех ветвях любой типологической схемы.

## Мобильное телевидение в зарубежной мобильной индустрии: технологии, функционирование и политическая экономия

Мобильная связь является важнейшим технологическим и социокультурным компонентом современной мультимедийной индустрии, глобальных информационно-коммуникационных процессов начала XXI века. Сотовые технологии радикально изменили формальное наполнение коммуникативной парадигмы, прежде всего, в сторону ее индивидуализации и персонализации. Мобильная связь, наряду с Интернетом (блогосфера, социальные сети), позволила теоретикам говорить об индивидуализации медиадискурса (в том числе, как о следующем за демассификацией этапе развития масс-медиа), необходимости внести методологические изменения в теорию коммуникаций и, уйдя от теории массовой коммуникации, более внимательно и глубоко разобратся в межличностных коммуникационных процессах<sup>1</sup>.

Вместе с тем, феномен мобильных технологий в контексте эволюции СМИ, отчасти из-за своей молодости, находится в самой ранней стадии изучения отечественными и зарубежными теоретиками. Имеющиеся исследовательские работы в этой сфере часто сосредоточены на бизнес-моделях, ориентированы на прикладной аспект и проходят мимо политэкономических и социокультурных закономерностей, которые позволяют выявить сотовые коммуникационные технологии. В начале XXI века без изучения этого канала коммуникации и мультимедийного сектора в целом работы в области медиатехнологий, равно как политэкономии масс-медиа и медиакультуры, нельзя считать полными. Наши исследования призваны частично заполнить этот пробел. Нами уже осуществлялся политэкономический и социокультурный анализ глобальной индустрии мобильных технологий, позволивший выявить общие закономерности функционирования этого феномена<sup>2</sup>. Данная статья должна ответить и на более конкретные вопросы — предметом исследования является мобильное телевидение

---

<sup>1</sup> См., например, Короченский А. Журналистская наука перед лицом демократизации медиадискурса // Современные проблемы журналистской науки. Воронеж, 2006. — С. 14-24; Засурский Я. Социологические аспекты журналистской науки. Вестник МГУ. № 1, 2006. — М. — С. 3-6.

<sup>2</sup> См., например, Сапунов В.И. Политическая экономия глобальной индустрии мобильных технологий в контексте развития мирового телекоммуникационного сектора / Журналистика и медиаобразование — 2008. Сборник трудов III Международной научно-практической конференции. Белгород, 2008. — С. 223-231. Сапунов В.И. Мировые информационные агентства: системное воздействие на аудиторию. Воронеж, 2007. — С. 8-9.



— СМИ, сочетающее применение мобильной связи и телевизионного контента и воплощающее одну из наиболее спорных с точки зрения потенциального развития мобильных коммуникационных систем.

Определим мобильное телевидение как технологию, обеспечивающую процесс трансляции телевизионной картинки на мобильный приемник пользователя по сотовым сетям связи или с помощью эфирной или спутниковой передачи. То есть мобильное ТВ может функционировать двумя способами. Первый неразрывно связан с развитием систем третьего поколения мобильной связи — 3G. Этот термин используется для описания мобильных сервисов, которые обеспечивают более высокое качество звука и картинки, широкополосную интернет-связь и мультимедийные сервисы.

Напомним, что к сетям первого поколения (1G, аналоговые мобильные телефоны) относились стандарты NMT (Скандинавия, Голландия, Швейцария, СССР-Россия, Восточная Европа), AMPS (США), TACS (Великобритания), C-450 (Германия, Португалия, ЮАР) Radiocom 2000 (Франция), RTM1 (Италия), TZ-801, TZ-802 и TZ-803 (Япония); к сетям второго поколения (2G, цифровые мобильные телефоны) — GSM, iDEN, D-AMPS, cdmaOne, PDC и CSD, к сетям переходных поколений — стандарты GPRS и WiDEN (2.5G), CDMA и EDGE (2.75G).

В конце XX века Международный институт электросвязи (ITU), имеющий статус агентства ООН, задачами которого являются определение и утверждение технических требований и стандартов связи, в программе IMT-2000 (International Mobile Telecommunications-2000) установил рамки технических особенностей и правила использования частотного спектра для систем 3G. Рекомендации описывают пути эволюции существующих в мире стандартов 2-го поколения в стандарты 3-го поколения. ITU требует, чтобы сети IMT-2000 (3G) обеспечивали улучшенную емкость системы и эффективность использования частотного спектра (2 ГГц) и поддерживали сервисы передачи данных с минимальной скоростью 144 Кбит/сек. в мобильном режиме, и максимальной — 2 Мбит/сек. в «немобильных» условиях (в помещениях). На больших открытых территориях, например на периферийных улицах, при поездках в поезде или в автомобиле, IMT-2000 предусматривает скорость передачи данных до 384 Кбит/сек.

Несколько более конкретных технических отличий сетей 3G от 2G. В отличие от второго поколения, сети 3G строятся по уровневому принципу: верхний обеспечивает централизованное предоставление услуг, средний — контроль и адаптацию модификаций, нижний — передачу голоса, картинки и данных. Кроме того, стандарты предыдущего поколения были применимы ко всем функциональным блокам сети сразу. Например, GSM использует телефоны GSM, радиосвязь и центральные уровни сети. В случае 3G используется другой подход. Существует один процесс стандартизации для мобильной радиосети,

обеспечивающей широкополосный интерфейс для пользователей, и другой для магистральной базовой сети, которая разрабатывалась и стандартизировалась параллельно. Таким образом, внедрение новой широкополосной радиотехнологии и безотносительная частота радиодоступа должны были перевести функционирование мультимедийных сервисов на новый уровень.

Эволюция от 2G происходила через промежуточные этапы 2.5G и 2.75G. Технология GPRS (General Packet Radio Service) позволила заменить коммутацию каналов пакетной коммутацией, поддерживать постоянную связь абонента с сетью. Клиент мог теперь постоянно находиться «он-лайн» и оплачивать при этом только пакеты входящей и исходящей информации. В свою очередь EDGE (Enhanced Data Rates for GSM Evolution) представляет собой «улучшенный GPRS» — благодаря использованию более сложных схем кодирования информации, скорость увеличилась с 171,2 до 473,6 Кбит/сек. в теории и с 56 до 180 Кбит/сек. на практике. Для сравнения при передаче данных по каналу GSM скорость не превышала 9,6 Кбит/сек., а максимальная скорость в cdmaOne достигала 14,4 Кбит/сек. Фактически GPRS и EDGE воплощают многие характеристики сетей 3G, а некоторые их технологии вошли в стандарты третьего поколения без изменений.

Итак, мобильные сети 3G, отличаются от сетей 2G и переходных поколений гораздо большей скоростью передачи данных, а также более широким набором и высоким качеством предоставляемых услуг. На социокультурном уровне, необходимость появления нового поколения мобильной связи можно обобщить до предела: технологии 2G были нацелены на создание условий для качественной голосовой связи, сети 3G, хотя и улучшили ее практически до уровня проводной связи, главным образом, стали ответом на требование времени предоставить новые мультимедийные услуги. К ним в первую очередь относятся: широкополосный мобильный интернет, мобильное телевидение, видеоконференцсвязь, видеозвонки и аудиостриминг (прослушивание в режиме реального времени аудиофайлов высокого качества).

При этом мобильная связь не просто использует технологии нового поколения, но и в скором времени станет ключевым каналом для них. По данным компании Ericsson, в 2013 году две трети из 2,5 миллиардов человек, имеющих широкополосный доступ в Интернет, будут пользоваться мобильным широкополосным доступом<sup>3</sup>. По прогнозам аналитической группы Analysys Mason, к 2015 году в мире 2,1 миллиарда пользователей мобильной широкополосной связи принесут доходы 784 миллиардов долларов США (увеличение на 2400 %) <sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> По данным компании Ericsson, в 2013 году две трети из 2,5 миллиардов человек, имеющих широкополосный доступ в Интернет, будут пользоваться мобильным широкополосным доступом (<http://mobport.ru/?tag=ericsson>)

<sup>4</sup> Мобильная широкополосная связь — более 2 млрд пользователей к 2015 году, WiMAX ждет печальное будущее (<http://www.procontent.ru/news/9168.html>)

Система 3G расширила возможности для «мобильной работы» (сотрудник сможет выполнять задания, находясь в других городах и странах) и «мобильной коммерции» (оплата товаров и услуг с помощью мобильного телефона), становятся возможными такие экзотические услуги, как мобильная медицинская диагностика практически в любых условиях.

Основываясь на вышеупомянутых параметрах «третьего поколения», в 1999 году Международный институт электросвязи одобрил пять стандартов для IMT-2000: W-CDMA (IMT – Direct Spread), CDMA2000 (IMT – Multi Carrier), TD-CDMA / TD-SCDMA, DECT и UWC. Наиболее популярными в мире являются первые два стандарта, которые к тому же принципиальны для нас, принимая во внимание предмет исследования данной статьи.

Стандарт W-CDMA (Wideband Code Division Multiple Access) был разработан крупнейшим японским оператором сотовой связи NTT DoCoMo для своей сети 3G, получившей торговую марку FOMA (Freedom of Mobile Multimedia Access). Именно W-CDMA был выбран в качестве радиointерфейса для UMTS (Universal Mobile Telecommunications System) – европейского стандарта технологий 3G. UMTS представляет собой эволюцию стандарта второго поколения GSM. Первая сеть 3G в Европе была создана в 2001 году британским оператором Manx Telecom, владельцем которого является British Telecom, в том же году норвежский оператор Telenor запустил первую коммерческую сеть 3G. FOMA и UMTS таким образом используют один и тот же радиointерфейс, хотя мобильные аппараты не совпадают на 100 %.

Сейчас в мире существует 231 коммерческая сеть UMTS, развернутая в 95 странах. По данным аналитической группы Informa Telecoms, в марте 2008 года в мире насчитывалось около 209 миллионов абонентов UMTS, к концу года прогнозируется преодоление рубежа в 300 миллионов, а в 2011 году – в миллиард пользователей.<sup>5</sup> Информация группы ABI Research показывает, что по итогам 2007 года количество абонентов UMTS выросло на 83 %<sup>6</sup>. Количественное доминирование стандарта GSM/UMTS выглядит впечатляюще: по сведениям Informa Telecoms на март 2008 года, из 3,5 миллиардов подключений сотовых телефонов в мире 3,1 миллиарда (88 %) пришлось на GSM/UMTS<sup>7</sup>. Согласно данным ассоциации 3G Americas, доля GSM/UMTS составляет 66 % рынка сотовой связи в западном полушарии<sup>8</sup>.

---

<sup>5</sup> 66 % Share of the market for GSM Technologies in Western Hemisphere (<http://www.mobile88.com/news/read.asp?file=/2008/5/22/20080522110117>)

<sup>6</sup> Global GSM Subscriber Growth Rate to Slow in 2008 (<http://www.itu.int/ITU-D/ict/newslog/Global+GSM+Subscriber+Growth+Rate+To+Slow+In+2008.aspx>)

<sup>7</sup> 66% Share of Market for GSM Family of Technologies in Western Hemisphere (<http://www.mobile88.com/news/read.asp?file=/2008/5/22/20080522110117>)

<sup>8</sup> Каждый день число абонентов GSM увеличивается на миллион (<http://www.procontent.ru/news/9515.html>)

Стандарт CDMA2000 (Code Division Multiple Access) был разработан американской компанией Qualcomm и представляет собой естественное развитие сети CDMA (IS-95, cdmaOne), альтернативной GSM. Эволюционный путь развития подразумевает сохранение частот и постепенный переход к новым технологиям путем наращивания технических мощностей оператора. В начале CDMA2000 разделили на две фазы — 1X и 3X, к первой фазе применяется название IS-95C, а вторую позже назвали 1X EV (evolution). Ее, в свою очередь, тоже разделили на две фазы — CDMA2000 1X EV-DO (data only) и CDMA2000 1X EV-DV (data & voice). Стоит отметить, что реализованная фаза CDMA2000 1X не является полноценной технологией 3G, так как скорость в ней не дотягивает до обязательных двух мегабит в секунду. Поэтому её чаще относят к 2.5G, а уже стандарт CDMA2000 1X EV-DO — к 3G IMT — Multi Carrier. Стандарт 1X EV-DO был принят в октябре 2000 года и предусматривает следующую упрощенную схему функционирования: аппарат одновременно производит поиск сети 1X и 1X EV, передачу данных осуществляет с помощью 1X EV, а голоса — с помощью 1X.

Особенность американского стандарта — в том, что каналы обозначаются кодами (отсюда название). CDMA2000 позволяет работать нескольким передатчикам на той же канальной частоте одновременно. Для сравнения: UMTS использует технологию разделения частот FDD (Frequency Division Duplexing), разделяющую потоки информации от мобильного оператора к базовой станции («вниз») и наоборот («вверх») по частотам, и применяет поэтому широкий спектр частот. Разница принципиальна, учитывая особенности американского рынка, который требует большей экономичности производства, а также более сложную процедуру предоставления новых частот в США, в том числе, на местном уровне. Стандарты UMTS и CDMA2000 несовместимы. Разработка технологий первого стандарта осуществляется в рамках 3GPP (3rd Generation Partnership Project), второго — в рамках 3GPP2. Если UMTS продолжает традицию GSM и является открытым, «консенсусным» стандартом, то CDMA2000, как и все семейство CDMA, остается патентованной технологией, разработанной фирмой Qualcomm.

В течение первых семи месяцев 2002 года в Азии и Америке было запущено 11 сетей CDMA2000, общее количество этих сетей составляло 18 (99 % рынка 3G). В США первый коммерческий запуск мобильной сети 3G был осуществлен в 2002 году мобильным оператором Monet Mobile Networks на основе технологии CDMA2000 1x EV-DO, однако вскоре эта сеть прекратила существование. Вторая коммерческая сеть, которую создала компания Verizon Wireless в 2003 на базе той же технологии, наоборот, превратилась в одну из крупнейших в мире.

В июне 2008 года Группа по развитию CDMA объявила, что общемировой показатель количества абонентов, использующих технологии CDMA2000

и 1xEV-DO, достиг 450 и 100 миллионов человек соответственно. Число пользователей CDMA2000 выросло с июня 2007 года по июнь 2008 на 19 %. Количество пользователей услуг передачи данных на базе технологии EV-DO выросло в течение прошлого года более чем на 64 %. Абонентская база сетей CDMA2000 (их насчитывается 250) в 2007 г. выросла на 16 %. Как видно, темпы распространения технологий 3G системы UMTS быстрее, чем в случае с CDMA2000, и количественное доминирование европейского стандарта над американским конкурентом усиливается главным образом из-за того, что CDMA2000 является патентованной технологией.

Наиболее активно развитие стандарта CDMA2000 происходит в азиатско-тихоокеанском регионе, за ним следуют Северная Америка, Европа, Ближний Восток и Африка. С июня 2007 по июнь 2008 года в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке количество пользователей увеличилось в три раза, в Латинской Америке их стало больше на 29 %, а в азиатско-тихоокеанском районе — на 16 %. В настоящее время 19 операторов в мире предлагают более 82 сотовых телефонов CDMA2000 по оптовой цене до 50 долларов, что является показательной стратегической тенденцией деятельности мобильных операторов, использующих CDMA2000, на развивающихся рынках<sup>9</sup>.

CDMA2000, в основном, доминирует в Америке и Азии. Хотя, скажем, в Японии из трех крупнейших мобильных операторов два (NTT DoCoMo и SoftBank Mobile) используют W-CDMA, а третий (KDDI) — CDMA2000. Еще более запутанная ситуация в КНР, где в мае 2008 года было объявлено, что China Mobile, крупнейший в стране мобильный оператор, будет развивать свои сети 3G на базе китайского стандарта TD-SCDMA, China Unicom откажется от абонентской базы CDMA2000 и будет использовать в сети 3G стандарт W-CDMA. Абоненты CDMA2000 China Unicom перейдут к China Telecom, который запустит сеть 3G на основе стандарта CDMA 1x EV-DO. Зато в третьем азиатском гиганте телеком-сектора — Южной Корее, где переход на 3G был завершен раньше всех на континенте (в 2004 году), оба крупнейших оператора — SK Telecom и KTF развернули сети 3G на базе CDMA 1x EV-DO.

Несколько слов о других стандартах IMT-2000. Радиоинтерфейс TD-CDMA (Time Division — Code Division Multiple Access) используется в системе UMTS-TDD (Time Division Duplexing), альтернативной W-CDMA, прежде всего, чтобы сбалансировать объем потоков информации «вверх» и «вниз». Это достигается тем, что потоки в обоих направлениях идут в одном

---

<sup>9</sup> Стандарт EV-DO активно развивается во всем мире ([http://www.tsonline.ru/newstext.php?news\\_id=42016](http://www.tsonline.ru/newstext.php?news_id=42016)); Абонентская база сетей CDMA2000 в мире выросла на 16 % ([http://news-business.ru/telecom/news\\_2008-03-01-06](http://news-business.ru/telecom/news_2008-03-01-06))

и том же частотном спектре, и это позволяет оператору гибко использовать доступные частоты. Противоположность TD-CDMA — стандарты, применяющиеся для одностороннего интернет-ориентированного трафика, где по понятным причинам потоку информации от сервера пользователю уделяется гораздо больше внимания, чем потоку в обратном направлении, а также UMTS, где, как уже отмечалось, используется метод разделения частот. На основе этого радиointерфейса появился китайский стандарт TD-SCDMA (Time Division — Synchronous Code Division Multiple Access), разработанный с целью получить независимость от иностранных стандартов и избежать отчислений за рубеж за использование патентованных технологий CDMA2000 и W-CDMA. DECT используется для цифровых переносных телефонов, а UWC чаще всего применяется на основе технологии EDGE. Всего на начало 2008 года в мире насчитывалось 190 сетей 3G, которые функционировали в 40 странах<sup>10</sup>.

Протокол High-Speed Downlink Packet Access (HSDPA), принадлежащий к семейству High-Speed Packet Access (HSPA) и часто относимый специалистами к поколению 3,5G мобильной связи, на теоретическом уровне позволяет поддерживать в UMTS скорость передачи информации не менее 14 Мбит/с. На практике самыми высокими скоростями считаются 384 Кбит/сек при передаче данных от мобильного терминала к базовой станции и 3,6 Мбит/сек. в обратном направлении. Технология HSPA+ дает возможность дальнейшего увеличения скорости по направлению «вниз» — до 42,2 Мбит/сек. Технология же HSUPA (High Speed Uplink Packet Access) предназначена для высокоскоростной пакетной передачи данных по направлению «вверх» за счет применения более совершенных методов модуляции и рассчитана на максимальную скорость передачи данных 5,8 Мбит/сек. Это позволяет оптимизировать использование тех приложений третьего поколения, которые требуют обработки огромных потоков данных от мобильного устройства к базовой станции, например видеоконференцсвязь.

В докладе международной ассоциации GSM говорится, что в сентябре 2008 года число пользователей HSPA в мире выросло до 50 миллионов человек по сравнению с 11 миллионами за год до этого. Предполагается, что темпы роста абонентов HSPA до конца 2008 года достигнут 4 миллионов в месяц. В настоящее время технологию HSPA в коммерческих сетях сотовой связи эксплуатируют около 190 операторов связи в мире<sup>11</sup>. По прогнозам Analysys Mason, к концу 2008 года стандарт HSPA будут использовать 88 % (61 миллион человек) всех пользователей мобильной широкополосной связи, а к

---

<sup>10</sup> Global Mobile Suppliers Association report ([www.gsm.net](http://www.gsm.net))

<sup>11</sup> Число пользователей 3G в мире достигло 50 млн человек (<http://wimax.livebusiness.ru/news/5107/>)

2015 году количество абонентов HSPA и HSPA+ в мире увеличится до 1,1 миллиарда человек<sup>12</sup>. Протоколы системы HSPA поддерживаются стандартами UMTS и W-CDMA. По сведениям Informa Telecoms, из 225 коммерческих сетей UMTS 198 используют HSPA<sup>13</sup>.

Основными проблемами, тормозящими внедрение технологий 3G, являются следующие: относительно высокая цена телефонов, поддерживающих 3G, и их высокое энергопотребление, недостаточная мотивация пользователей технологий 2G для приобретения услуг «третьего поколения», экономические проблемы компаний телеком-сектора, инвестирующих средства в развертывание сетей 3G.

В начале XXI века Международный союз электросвязи разрабатывает параметры стандарта четвертого поколения (4G). К нему будут относиться технологии, позволяющие осуществлять передачу данных со скоростью, превышающей 100 Мбит/сек., что сопоставимо с быстротой трафика в оптоволоконных сетях. Система 4G должна быть полностью основана на протоколах пакетной передачи информации, в этом главное отличие сетей четвертого поколения от сетей 3G, которые соединяют в себе передачу голосового трафика и «пакетов». Для пересылки данных будет использоваться протокол IPv6, с целью оптимизации ее качества будут применяться адаптивные антенны, которые смогут подстраиваться под конкретную базовую станцию.

Ожидается, что ИТУ официально примет стандарты 4G в 2010 году, и в последующие 5 лет будет происходить интенсивное коммерческое внедрение новых технологий. Примером существующей технологии четвертого поколения может служить WiMAX (Worldwide Interoperability for Microwave Access) — стандарт, разработанный IEEE и имеющий теоретический предел скорости передачи в 1 Гбит/сек. Основное отличие WiMAX от Wi-Fi в том, что первая технология рассчитана на большие расстояния (до 50 километров), а вторая предназначена главным образом для построения локальных сетей в помещении с маленьким радиусом действия (расстояние от передатчика до компьютера не превышает нескольких десятков метров). WiMAX позволяет передавать данные, несмотря на рельеф местности, архитектурную схему города, природные и погодные условия, и потому является перспективной технологией мобильной связи в городе.

Уже сейчас можно сказать, что связь четвертого поколения (что уже происходит в случае с мобильным WiMAX) будет основана на технологии OFDM (Orthogonal Frequency-Division Multiplexing), которая представляет из себя цифровую схему модуляции с использованием большого количества

---

<sup>12</sup> Мобильная широкополосная связь — более 2 млрд пользователей к 2015 году, WiMAX ждет печальное будущее (<http://www.procontent.ru/news/9168.html>)

<sup>13</sup> 66 % Share of the market for GSM Technologies in Western Hemisphere (<http://www.mobile88.com/news/read.asp?file=/2008/5/22/20080522110117>)

расположенных по принципу прямоугольника промежуточных несущих. Основным достоинством такой схемы является повышение спектральной эффективности, так как освоение частот для создания новых каналов может достигаться с помощью простого увеличения числа промежуточных несущих. Кроме того, преимуществом OFDM по сравнению со схемой с одной несущей является ее способность противостоять сложным условиям в канале без использования сложных фильтров-эквалайзеров.

В Европе стандарт для перехода UMTS «в четвертое поколение» разработан стандарт LTE (Long Term Evolution), который позволит увеличить скорость до 100 Мбит/сек. по направлению «вниз» и до 50 Мбит/сек. — «вверх» и будет сочетать технологии FDD и TDD. LTE не просто призван увеличить спектральную эффективность и улучшить качество услуг, но и должен быть совместимым со всеми стандартами 3G, включая CDMA2000 1X и 1xEV-DO, причем предполагается, что переключение из одного режима в другой будет происходить незаметно для пользователя. Ожидается, что 3GPP представит общественности LTE в качестве 4G-стандарта в декабре 2008 года. Аналитический отчет Analysys Mason, обнародованный в июле 2008 года, предсказывает, что LTE будет иметь достаточно медленный старт, однако, к 2015 году абонентская база этого типа связи достигнет 440 миллионов человек, а общая прибыль составит 194 млрд. долларов США<sup>14</sup>.

Доминирование LTE будет связано в первую очередь с тотальным превосходством GSM/UMTS на рынке мобильной связи, а также с тем, что и Qualcomm, и в целом 3GPP2 будут ориентироваться на внедрение европейского стандарта. И хотя Qualcomm разрабатывает стандарт четвертого поколения UMB (Ultra Mobile Broadband), который сможет достигать скорости в 280 Мбит/сек., его коммерческая эксплуатация выглядит маловероятной. Во всяком случае, ни одна сотовая компания не высказала намерения внедрять UMB, а большинство операторов CDMA в США, Австралии, КНР, Японии и Корее объявили о планах использовать LTE, HSPA или мобильный WiMAX.

LTE должен справиться и с конкуренцией WiMAX. Несмотря на то, что внедрением этого стандарта занимаются такие гиганты телеком-сектора, как Intel, Samsung, Nokia, LG и Motorola, Sprint Nextel и Korea Telecom, будущее WiMAX неоднозначно. Analysys Mason прогнозирует, что WiMAX будет вытеснен с развитых рынков, к 2015 году им будут пользоваться всего 98 миллионов абонентов в мире, 92 % из которых — на развивающихся рынках. Кроме того, разработанному IEEE стандарту так и не удастся завоевать значительной доли на рынке сервисов широкополосного доступа — в 2015 году она составит

---

<sup>14</sup> Мобильная широкополосная связь — более 2 млрд. пользователей к 2015 году, WiMAX ждет печальное будущее (<http://www.procontent.ru/news/9168.html>)



всего 2 %, а пользователей мобильных сервисов широкополосного доступа будет в двадцать раз больше, чем пользователей сервисов WiMAX<sup>15</sup>.

Таким образом, технологии 4G сделают возможными фантастическое увеличение скорости, повышение спектральной эффективности, увеличение количества каналов, улучшение качества передачи видеoinформации, данных и голосового трафика, позволят абонентам смотреть телевидение высокой четкости и даже управлять домашней бытовой техникой с помощью мобильного устройства. Главной проблемой распространения 4G является низкая активность инвесторов, причиной которой является высокий потенциал как интенсивного, так и экстенсивного развития сетей 3G. Недостаток аппаратов, способных работать в сетях 4G, заключается в их высоком энергопотреблении.

Итак, мы проанализировали технологии, обеспечивающие первый способ функционирования мобильного телевидения — посредством сети 3G. «Двухсторонняя» система передачи информации по сотовым сетям остается самым популярным методом распространения мобильного ТВ, из 120 коммерческих сетей, предоставляющих эту услугу, 90 % применяют именно ее<sup>16</sup>. При этом в основном используется технология “unicast”, когда видеоконтент передается от единичного источника единичному адресату, то есть по индивидуальному «линку», устанавливаемому между базовой станцией и абонентом. Это позволяет предоставлять клиентам персонализированную телеинформацию, значительно повышает интерактивные возможности.

Но если интерактивный потенциал технологий 3G бесспорен, то о потенциале сетевого вещания с их помощью этого сказать нельзя. Так как сотовые сети — сети делимого ресурса, то ресурс голосового трафика или передачи данных в них в любой момент времени делится между всеми абонентами, находящимися в соте (секторе). Иными словами, чем больше абонентов находятся в соте или чем больше трафика потребляет каждый отдельный абонент, тем меньшее количество абонентов могут пользоваться услугами одновременно. При организации передачи видео возникает дилемма: либо предоставлять видеотрафик по остаточному принципу, и тогда не все абоненты смогут этим воспользоваться, либо под передачу видеотрафика выделять фиксированный процент емкости соты или сектора, но тогда операторы теряют на голосовом трафике и передаче данных. Появление системы MBMS (Multimedia Broadcast Multicast Service) дает 3G-операторам возможность использовать технологию “broadcast” и осуществлять таким образом сетевое вещание, при котором видеотрафик делится между зрителями, одновременно

---

<sup>15</sup> Там же. Этот показатель отражает общее количество пользователей фиксированной и мобильной связи WiMAX

<sup>16</sup> Mobile TV gains global traction ([www.ericsson.com/ericsson/press/facts\\_figures/doc/mobiletv.pdf](http://www.ericsson.com/ericsson/press/facts_figures/doc/mobiletv.pdf))

просматривающими программу на определенной территории. MBMS позволяет поддерживать объемные загрузки информации в густонаселенных районах и повышать эффективность использования сетей 3G.

Однако это не решает проблемы ограниченности сетевых ресурсов для операторов сотовой связи. Даже поколение 3,5G имеет ограничения надежности сети к абоненту — около 2-3 Мб/сек. на соту. Так как для передачи видеоконтента необходима минимальная ширина единичного канала 300 Кб/сек., то очевидно, что предоставление услуг мобильного ТВ значительному числу абонентов по сетям сотовой связи одновременно является очень затруднительным. Для того чтобы держать ресурсы каналов свободными, операторы вводят ограничительные тарифы на «тяжелый» трафик загрузок. Если сотовые сети не достигают уровня скоростей поколения 4G, предоставлять видеослужбы им будет сложно.

Именно поэтому набирает популярность второй способ функционирования мобильного телевидения — распространение сигнала с передатчика на мобильный приемник абонента, в который встраивается специальный тюнер. Потенциал этой технологии в том, что она позволяет операторам оставлять ресурсы сетей сотовой связи незанятыми. Значит, есть возможность максимально эффективно распределять нагрузку на сеть без ограничений на максимальное количество активных абонентов. Кроме того, такой способ не требует обратного канала и, следовательно, дешевле и требует меньших затрат энергии, чем предоставление потокового видео поколения 3G. Разница в радиусе распространения сигнала такова, что там, где сотовая сеть потребует несколько сотен передающих вышек, вещательная сеть обойдется двумя-тремя. Наконец, поминутный доход, который приносит услуга «мобильное телевидение» в расчете на одного абонента, ниже, чем от предоставления услуг голосовой связи и передачи данных. Все это, в конечном итоге, может привести к «разделению полномочий». Вещание в сетях 3G будет ориентироваться на распространение индивидуального, персонализированного контента, «видео по заказу», а для массового вещания будет использоваться главным образом «односторонний» способ передачи телеинформации.

В декабре 2007 года Международный институт электросвязи одобрил три наиболее популярных стандарта телевидения с передатчика на мобильный телефон — DVB-H, DMB и MediaFLO. Первый доминирует в Европе, второй в большинстве азиатских стран, третий в Америке. Рассмотрим каждый из этих стандартов подробнее.

DVB-H (Digital Video Broadcasting — Handheld) был разработан финской компанией Nokia и получил сертификацию ETSI (Европейского института телекоммуникационных стандартов) в 2004 году. В июле 2007 года DVB-H был признан Европейским советом мобильного вещания официальным стандартом мобильного телевидения в Европейском союзе, а в марте 2008

Европейская комиссия внесла его в список стандартов ЕС. Принятие единого стандарта было нацелено на то, чтобы ускорить развертывание мобильного телевидения в Европе, аналогично тому, как стандартизация GSM в 1990-е интенсифицировала процесс развития сотовых сетей связи.

Фактически DVB-H — это адаптированная версия европейского стандарта цифрового вещания DVB-T (terrestrial) для мобильных устройств в IP среде. Адаптация включила в себя ограниченную емкость батареи, низкое разрешение экрана и возможность приема сигнала в условиях мобильности. Для абонента мобильное ТВ — это преобразованный в изображение сигнал, который DVB-H-ресивер принимает с вышки-передатчика. Для функционирования сервиса требуется подключить передатчики к узлам сети и встроить телеприемники в сотовые телефоны.

DVB-H основан на методе «time slicing» — делении непрерывного потока данных на короткие сжатые пакеты данных (длительностью около 0,2 секунды), передача которых осуществляется с паузами (около 4,8 секунды), во время которых телефон находится в энергосберегающем режиме. Каждый пакет передается один раз и может приниматься одновременно всеми абонентами, предусмотрена коррекция ошибок, возникающих из-за интерференции сигнала. Все данные передаются в транспортном потоке MPEG-2 с некоторыми дополнительными ограничениями (DVB-MPEG). Стандарт DVB-SH (Satellite services to Handhelds) — вариант DVB-H для спутникового вещания, в будущем ожидается появление модификации DVB-H2, рассчитанной на улучшение спектральной эффективности и оптимизацию системы модуляции сигнала. Помимо Европы DVB-H используется или тестируется в Азии, Австралии, Южной Африке и США.

DMB (Digital Multimedia Broadcasting) был разработан в Южной Корее и стал технологическим развитием стандарта цифрового аудиовещания DAB (Digital Audio Broadcasting). Начиная с 2005 года Samsung и LG начали использовать этот мультимедийный формат в своих телефонах, добавив к аудиосигналам передачу видеoinформации. Именно DMB лежал в основе первых регулярных трансляций мобильного телевидения в Южной Корее, поэтому до внедрения других стандартов у него было неофициальное название — «mobile TV». Внедрение DMB сопровождалось небольшими модификациями в системе DAB, позволившими осуществлять трансляцию телепередач в цифровом виде на мобильные телефоны, органайзеры, карманные компьютеры и портативные телевизоры. Использование высокоразвитой инфраструктуры DAB является одним из важнейших достоинств стандарта DMB. Существуют две версии стандарта — DMB-T (для наземного вещания) и DMB-S (для спутникового вещания).

В отличие от DVB-H, в DMB не применяется технология «time slicing» (в лучшем случае используется метод «time-micro— slicing» с ничтожно малыми

паузами между передачами пакетов данных), поэтому в плане энергоемкости европейский формат значительно эффективнее азиатского. Кроме того, DVB-H имеет гораздо большую (в 4 раза) пропускную способность. Во многом поэтому в последние два года наблюдается уменьшение количества клиентов DMB, переориентирующих свои мобильные приемники на формат DVB-H. DMB, помимо Азии, представлен в Европе, хотя признание DVB-H официальным стандартом ЕС уменьшило конкурентоспособность южнокорейского формата. Некоторые крупные компании, ранее использовавшие формат DMB, прекратили вещание в нем (например, MFD в Германии). DMB недоступен в Северной Америке, так как использует диапазоны частот VHF-3 и UHF, в США же и Канаде для наземного вещания используется диапазон VHF-1, а ультракороткие волны используются преимущественно в военных целях.

MediaFLO (Forward Link Only) был разработан и запатентован американской компанией Qualcomm в 2005 году. В том же году оператор мобильной связи Verizon Wireless и Qualcomm объявили о начале строительства сети MediaFLO, и в марте 2007 года Verizon, основываясь на этом стандарте, стал предоставлять сервис мобильного телевидения VCast TV. В мае 2008 года начала мобильные телетрансляции в сети MediaFLO компания AT&T. Первые сотовые телефоны, поддерживающие этот формат, были представлены фирмами Samsung и LG в 2006 году в Лас-Вегасе.

MediaFLO и DVB-H схожи в принципах функционирования. Оба стандарта основаны на технологии OFDM (Orthogonal Frequency-Division Multiplexing), дающей возможность мультиплексного распространения сигналов на разных частотах и, таким образом, более эффективного использования частотного диапазона. И MediaFLO, и DVB-H используют технологию «time division multiplexing», предполагающую передачу определенного количества видеoinформации в определенные временные интервалы. И тот и другой стандарт удовлетворяют параметрам разрешения экрана QVGA (Quarter VGA). Однако существуют и весьма существенные различия в основных технических характеристиках, по которым MediaFLO превосходит DVB-H.

Прежде всего, необходимо отметить, что сеть MediaFLO использует в США частоты 716-722 МГц, которые в этой стране не применяются не только сотовыми компаниями обеспечения для голосовой связи, но и телевизионными операторами. Причина в том, что этот диапазон частот относится к блоку D (частоты ниже 700 МГц), используемому в США преимущественно в военных целях. 55 канал, диапазон частот которого был предоставлен MediaFLO Федеральной комиссией по коммуникациям в 2005 году, использовался до этого лишь небольшим количеством аналоговых вещателей в ряде американских штатов. Диапазон низких частот 700 МГц позволяет передавать сигнал на большие расстояния с помощью меньшего количества передатчиков

(радиус действия каждого — 30-40 километров) и избегать препятствий в виде зданий и деревьев. Например, город масштаба Сан-Диего MediaFLO может покрыть сетью из пяти передатчиков.

Большая спектральная эффективность американского стандарта позволяет предоставлять большее количество каналов (20 против 16 возможных в DVB-H). В системе MediaFLO более высокая скорость передачи видеoinформации (около 30 кадров в секунду против 15) и переключения каналов (1,5 секунды против 2-4). Кроме того, MediaFLO менее энергозатратная технология.

Именно эти преимущества ставятся Qualcomm во главу угла в конкурентной борьбе по внедрению мобильного телевидения, которую ведут провайдеры MediaFLO и DVB-H в США, на развивающихся рынках (например, в Индии) и в Европе. В свою очередь Nokia указывает на то, что MediaFLO — это патентованная технология, требующая высокой добавленной стоимости, тогда как DVB-H — открытый стандарт, применение которого поможет поддерживать низкие цены на рынке мобильного телевидения и сделать сервис общедоступным. Более широко распространенный открытый стандарт означает большее количество аппаратов, больше программного обеспечения, оборудования и главное — содержания. Экономика развития патентованной технологии позволить себе этого не может. Отметим при этом, что южнокорейские и японские операторы, использующие DMB и ISDB, практикуют бесплатные эфирные трансляции, в то время как в DVB-H заложена система «Service Purchase and Protection», нацеленная на развитие мобильного ТВ как платной услуги.

Аналитическая компания Infonetics Research прогнозирует, что к 2010 году в мире будет 11,7 миллионов пользователей технологии DVB-H и 6 миллионов клиентов MediaFLO<sup>17</sup>. Надо сказать, что доминирование стандартов трансляции мобильного ТВ на том или ином континенте не означает несовместимости со стандартами 3G, доминирующими на другом континенте. Хотя открытый стандарт вещания DVB-H используется в основном операторами, применяющими стандарт мобильной связи семейства GSM/UMTS, он совместим и с CDMA2000. С другой стороны, хотя пользователями патентованного MediaFLO являются главным образом операторы CDMA (в форум по глобальному продвижению MediaFLO вошли такие гиганты азиатской CDMA-индустрии, как LG Electronics, Samsung, Sanyo, Sharp, Huawei, Kyocera и ZTE), а GSM-операторы не демонстрируют интереса к американскому стандарту, технологии GSM/UMTS совместимы с MediaFLO. Таким образом, несмотря на то, что вышеуказанное количественное доминирование GSM над CDMA дает основания предполагать глобальное до-

---

<sup>17</sup> Прибыль от мобильных видео-сервисов утроится ([http://mobiltelefon.ru/post\\_1194377838.html](http://mobiltelefon.ru/post_1194377838.html))

минирование DVB-H, тенденция потенциально не является неизбежной.

Теперь обратимся к практике внедрения мобильного телевидения в зарубежных странах. В начале 2008 года, по сведениям TeleAnalytics, в мире насчитывалось около 20 миллионов абонентов мобильного ТВ, In-Stat приводит цифру в 30 миллионов<sup>18</sup>. В любом случае это количество является мизерным (0,07 %) по сравнению с общим количеством пользователей сотовой связи на Земле — 3-3,4 миллиардов человек<sup>19</sup>. Даже если принимать во внимание сведения аналитической группы Research and Markets, полагающей, что с учетом одновременного использования одними и теми же людьми SIM-карт разных операторов реальное количество абонентов не превышает 2,6 миллиарда человек,<sup>20</sup> относительный показатель зрителей мобильного ТВ вырастет ненамного (0,08 %). Более того, как считает аналитическая группа Juniper Research, к концу 2008 года мобильное ТВ будут смотреть 51,6 миллиона человек, что составит около 0,013 % от общемирового количества подключений сотовой связи, которое по прогнозам ассоциации GSM достигнет 4 миллиардов<sup>21</sup>.

Наибольший показатель проникновения мобильного телевидения в Южной Корее и Японии — около 20 %, в то время как в Европе наилучший показатель в Италии — 10 % при средневропейском уровне в 1 %. В США этот коэффициент выглядит еще хуже — 0,6 %<sup>22</sup>.

Компания In-Stat рассчитывает, что объем рынка мобильного ТВ в 2009 году превысит 600 миллионов долларов<sup>23</sup>. По оценкам Еврокомиссии, к 2011 году количество зрителей мобильного ТВ в мире достигнет 500 миллионов человек, а рынок этой индустрии составит 20 миллиардов евро<sup>24</sup>. Аналитики In-Stat планируют на этот год более скромную цифру в 125 миллионов пользователей<sup>25</sup>. Еще более осторожна в прогнозах группа Juniper Research, предсказывающая мобильному телевидению 120 миллионов зрителей в 2012 г., но даже при таком показателе коэффициент проникновения услуги по отношению

---

<sup>18</sup> Самый маленький телевизор (<http://www.cforum.ru/news/article/057350.htm>)

<sup>19</sup> Количество абонентов мобильной связи в мире — более 3 млрд. (<http://itnews.com.ua/37820.html>)

<sup>20</sup> 2011 году количество абонентов мобильной связи составит 5,2 миллиарда (<http://media.mabila.ua/ru/news/analytics/2008/08/08/11840.html>)

<sup>21</sup> Mobile TV is Dicey in Europe, Too ([www.headlinesmobileservices.com/news-europe/mobile-tv-is-dicey-in-europe-too/](http://www.headlinesmobileservices.com/news-europe/mobile-tv-is-dicey-in-europe-too/))

<sup>22</sup> Nielsen Reports TV, Internet and Mobile Usage Among Americans ([www.nielsen.com/media/2008/pr\\_080708.html](http://www.nielsen.com/media/2008/pr_080708.html))

<sup>23</sup> Мобильное телевидение скоро заменит эфирное и кабельное вещание ([http://www.broadcasting.ru/newstext.php?news\\_id=35209](http://www.broadcasting.ru/newstext.php?news_id=35209))

<sup>24</sup> Mobile TV across Europe: Commission endorses addition of DVB-H to EU List of Official Standards ([europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/08/451](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/08/451))

<sup>25</sup> Количество сетей мобильного телевидения в мире увеличилось до 13 сетей в 2007 году (<http://www.mforum.ru/news/tv.htm>)

к глобальному количеству абонентов сотовой связи может вырасти до 4 %. По мнению аналитиков Juniper, доходы в этом сегменте глобального рынка достигнут к тому времени 6,6 миллиарда долларов (4,7 миллиарда евро)<sup>26</sup>. Британская консалтинговая группа Understanding & Solutions склоняется в сторону данных ЕС, предсказывая значительно более быстрый рост доходов — 18 миллиардов в 2010 году<sup>27</sup>.

Оптимистично выглядит прогноз на рост количества подписчиков услуг мобильного телевидения Screen Digest — 140 миллионов к 2011 году. А вот ежегодный совокупный доход этого рынка через пять лет оценивается ими сдержанно — 4,7 миллиарда евро. Согласно прогнозам этой компании, североамериканский регион будет расти наиболее быстрыми темпами, в 2011 году он получит 40,5 процентов мировой прибыли на рынке мобильного ТВ, Европа останется лидером с 42,5 процентами. Азия, несмотря на наибольшее число пользователей мобильного ТВ (в основном объясняющегося бесплатным доступом), при сохранении нынешней модели вещания получит меньше прибыли, чем Америка и Европа — 17 % от мирового рынка<sup>28</sup>.

Именно в Азии берет начало история мобильного телевидения. Еще в 2001 году в Южной Корее телеком-компания SK Telecom начала предоставлять мобильное телеизображение в сети GPRS. Хотя картинка представляла собой что-то вроде «слайд-шоу», уже в первые девять месяцев на услугу подписались около миллиона абонентов. В 2005 году в Южной Корее услугу стали предлагать посредством как спутниковых, так и эфирных трансляций, что сделало возможным качественную передачу изображения. На начало 2008 года, по данным Screen Digest, Азия занимает первое место в мире по количеству зрителей мобильного ТВ — около 15 миллионов<sup>29</sup>.

Лидером не только азиатской, но и мировой индустрии мобильного ТВ является Южная Корея. Аналитики Screen Digest приводят сведения о том, что бесплатный сервис T-DMB в этой стране имеет 4 миллиона зарегистрированных пользователей, а платный сервис S-DMB, предоставляемый единственным южнокорейским оператором платного мобильного ТВ TU Media (подразделение SK Telecom) — около 2,4 миллионов. Всего на этой части полуострова, по разным сведениям, от 6,6 до 7 миллионов зрителей мобильного ТВ (приблизительно каждый седьмой южный кореец). По оценкам компании

---

<sup>26</sup> Mobile TV Worth \$6.6 Billion From 120 Million Viewers By 2012: Report ([mobi-tv.blogspot.com/2007/09/mobile-tv-worth-66-billion-from-120.html](http://mobi-tv.blogspot.com/2007/09/mobile-tv-worth-66-billion-from-120.html))

<sup>27</sup> Report: Future Appears Bright For Mobile TV ([www.allbusiness.com/services/motion-pictures/4776797-1.html](http://www.allbusiness.com/services/motion-pictures/4776797-1.html))

<sup>28</sup> Мобильное ТВ: Европа и Америка обгоняют Азию к 2011 (<http://www.procontent.ru/news/6772.html>)

<sup>29</sup> Там же

TU Media, таким же будет количество только ее абонентов в 2010 году, что принесет прибыль в 1,1 миллиарда долларов. Общее же число пользователей мобильного ТВ в Южной Корее, по мнению аналитиков компании, вырастет к 2012 году до 21 миллиона<sup>30</sup>. Институт исследований в области электроники и телекоммуникаций приводит еще более оптимистичные цифры — 24 миллиона человек (половина населения Южной Кореи) в 2010 году будут смотреть мобильное ТВ, рынок которого составит рынок в 3,2 миллиарда долларов<sup>31</sup>.

На втором месте по количеству абонентов мобильного ТВ Япония — около 6,5 миллионов человек<sup>32</sup>. В КНР, по данным группы Research and Markets, к концу 2008 года ожидается около полумиллиона «мобильных» телезрителей<sup>33</sup>. При том, что Азия занимает первое место в мире по количеству абонентов мобильного ТВ, прибыль от него очень невелика. Screen Digest приводит данные о том, что телевизионные вещательные компании в Южной Корее в 2007 году получили прибыль в секторе мобильного ТВ в размере всего 24 000 долларов<sup>34</sup>. Главная причина в том, что правительство рассматривает мобильное ТВ как зарождающийся сегмент промышленности и запрещает DMB-операторам предоставлять платные услуги даже за несколько долларов в месяц.

Азия отличается разнообразием вещательных стандартов. Если в Южной Корее доминирует DMB, то в Японии — OneSeg (1Seg). Этот стандарт достался японцам в наследство от развития HDTV — «японской мечты» еще с 80-х годов. ISDB-T — стандарт наземного цифрового телевидения — устроен таким образом, что каждый канал делится на 13 сегментов. Двенадцать из них занимает вещательный сигнал HDTV, а тринадцатый зарезервирован для мобильного ТВ (отсюда название — *One Segment*). Помимо Японии, с 2007 года этот стандарт внедряется в Бразилии, его невысокая популярность в мире связана главным образом с невысоким качеством изображения в условиях мобильности (даже при скорости около 20 км/ч.) и в помещениях. В КНР были выбраны два стандарта мобильного телевидения — CMMB (China Mobile Multimedia Broadcasting) и TDMB (Time Division Multimedia Broadcasting). Первый

---

<sup>30</sup> Korea expects 21 million mobile TV users by 2012 ([http://goliath.ecnext.com/coms2/gi\\_0199-7588749/Mobile-television-user-base-in.html#abstract](http://goliath.ecnext.com/coms2/gi_0199-7588749/Mobile-television-user-base-in.html#abstract)); Mobile television user base in South Korea goes past 6.5 million ([http://goliath.ecnext.com/coms2/gi\\_0199-7588749/Mobile-television-user-base-in.html#abstract](http://goliath.ecnext.com/coms2/gi_0199-7588749/Mobile-television-user-base-in.html#abstract))

<sup>31</sup> Business Week examines South Korea's vibrant but revenue-poor mobile TV business (<http://www.mobiletelevisionreport.com/2007/08/businessweek-ex.html>)

<sup>32</sup> Мобильное ТВ в Азии: большой спрос, малая прибыль (<http://www.procontent.ru/news/print/6711.html>)

<sup>33</sup> New Report Predicts 500,000 Mobile TV Users in China by 2008 (<http://www.researchandmarkets.com/reports/c72790>)

<sup>34</sup> Мобильное ТВ в Азии: большой спрос, малая прибыль (<http://www.procontent.ru/news/print/6711.html>)



китайский стандарт базируется на гибридной наземно-спутниковой сети, развернутой Академией вещательных наук и Государственной администрацией по делам радио, телевидения и кино КНР. Второй представляет собой развитие китайского 3G стандарта TD-SCDMA и был разработан исследовательским подразделением Министерства информации и промышленности Китая.

Во Вьетнаме в декабре 2006 года телекомпания VTC начала вещание в стандарте DVB-H. В Индии вещательная сеть на базе европейского стандарта была запущена в мае 2007 года крупнейшей телекомпанией DD (Doordashan) совместно с Nokia. Осенью 2007 года испанская компания SIDSA совместно с IRIB — крупнейшей вещательной компанией в Иране — протестировала сеть DVB-H в ИРИ. Приблизительно в то же время в ОАЭ совместное тестирование DVB-H-сети было организовано компанией Dubai Media City (DMC), мобильным оператором du и государственными телекомпаниями Dubai Media Incorporated и Emirates Media. В августе 2008 года сеть DVB-H протестировали три крупнейших сингапурских телеком-оператора — M1, SingTel и StarHub совместно с национальной телевещательной компанией MediaCorp. На Филиппинах мобильные операторы SMART и Globe Telecom создали сервисы мобильного телевидения в сетях 3G, которые насчитывают 200 000 и 50 000 абонентов соответственно. В крупных азиатских странах используется и стандарт MediaFLO, однако ни в одной из них он не доминирует.

В Европе в июне 2006 года первой услуги мобильного телевидения в стандарте DMB (проект «watcha») стала предоставлять немецкая компания MFD (Media Fernsehen Deutschland), позже в том же месяце в формате DVB-H — итальянский оператор 3 Italia, принадлежащий Hutchison Whampoa, а в сентябре в стандарте DAB-IP — британская группа British Telecom запустила проект Movio. Предприятие BT оказалось неудачным, прежде всего, из-за недостаточного внимания к нему потребителей и просуществовало менее года. Во многом это объяснялось тем, что единственным аппаратом, который поддерживал услугу, был «Lobster» производства Virgin Mobile, а инновационное технологическое решение Windows Mobile, заложенное в его основу, не подошло для потребительского сектора. Кроме того, British Telecom объявила, что DAB-IP-вещание не имеет перспектив, в связи с внедрением общеевропейского стандарта<sup>35</sup>. В виду перехода на DVB-H в апреле 2008 года MFD закрыла канал «watcha» в стандарте DMB<sup>36</sup>.

3 Italia на октябрь 2008 года является крупнейшим европейским оператором мобильного телевидения в стандарте DVB-H—La3 TV, имеет около

---

<sup>35</sup> BT ditches mobile TV service (<http://news.zdnet.co.uk/communications/0,1000000085,39288247,00.htm>)

<sup>36</sup> Handy-TV-Betreiber MFD gibt DMB-Lizenz zuruck (<http://www.golem.de/0804/59397.html>)

850 000 подписчиков, предоставляя клиентам 20 каналов на базе головной станции, разработанной Thomson, и технологических решений Alcatel-Luc-ent<sup>37</sup>. Количество зрителей ТВ-сервиса составляет около 10 % от всей абонентской базы оператора. Помимо 3 Italia, услуги мобильного ТВ в Италии предоставляют TIM (Telecom Italia Mobile), Mediaset и Vodafone Italia.

Эта страна, в которой насчитывается около миллиона подписчиков, до 2008 года являлась лидером по общему количеству подписчиков мобильного ТВ в Европе. Однако в начале текущего года, по сведениям Screen Digest, на первое место в Европе вышла Франция (1 200 000 пользователей). Orange (торговая марка France Telecom) и SFR, предоставляющие мобильное ТВ в сетях 3G, имеют 1 000 000 и 200 000 телевизионных абонентов соответственно<sup>38</sup>. Франция и Италия по количеству пользователей мобильного ТВ опережают Великобританию (482 000), Испанию (305 000) и Германию (281 000)<sup>39</sup>. Всего в Европе в середине 2008 года насчитывалось 2,6 миллиона абонентов мобильного телевидения<sup>40</sup>. Аналитическая компания Datamonitor считает, что в 2012 году зрителями мобильного ТВ станут 42,7 миллиона европейцев<sup>41</sup>. Евросоюз делает более оптимистичный прогноз — к 2011 году число пользователей мобильного ТВ в Европе достигнет 69 миллионов человек, а объем рынка составит 12 миллиардов евро<sup>42</sup>.

Помимо Италии, стандарт DVB-H успешно применяется в Швейцарии, Австрии и Голландии. В мае 2008 года швейцарский телеком-оператор Swisscom стал предоставлять услугу «Bluewin TV mobile» в формате DVB-H. Сервис включает в себя 20 каналов (в том числе SF1, TSR1 и Eurosport) и доступен 44 % населения альпийской страны.<sup>43</sup> Месяцем позже Mobicom Austria (подразделение Telekom Austria) начала коммерческую эксплуатацию мобильного телесервиса «A1 Komplett», предложив 22 телеканала — 15 в стандарте DVB-H и 7 в стандарте потокового видео UMTS<sup>44</sup>. В обоих случаях DVB-H-вещание осуществляется на телефоны Nokia N 77, в который

---

<sup>37</sup> Thomson's Mobile TV solutions chosen by 3 Italia for Europe's largest DVB-H service ([www.reuters.com/article/pressRelease/idUS164598+12-Sep-2008+MW20080912](http://www.reuters.com/article/pressRelease/idUS164598+12-Sep-2008+MW20080912))

<sup>38</sup> France to overtake Italy in mobile TV race ([www.screendigest.com/online\\_services/intelligence/mobile/updates/mi-17-12-2007.../show](http://www.screendigest.com/online_services/intelligence/mobile/updates/mi-17-12-2007.../show))

<sup>39</sup> Fall in Viewer Retention Overshadows 36% Mobile TV Growth ([www.tellabs.com/news/2008/nr021208.shtml](http://www.tellabs.com/news/2008/nr021208.shtml))

<sup>40</sup> Mobile TV attracts 2.6 mln users in Europe ([www.telecom.paper.nl/news/article.aspx?cid=627441](http://www.telecom.paper.nl/news/article.aspx?cid=627441))

<sup>41</sup> BT ditches mobile TV service (<http://news.zdnet.co.uk/communications/0,1000000085,39288247,00.htm>)

<sup>42</sup> Мобильное телевидение скоро заменит эфирное и кабельное вещание ([http://www.broadcasting.ru/newstext.php?news\\_id=35209](http://www.broadcasting.ru/newstext.php?news_id=35209))

<sup>43</sup> Swisscom's high-end Bluewin mobile television service powered by Nokia and Nokia Siemens Networks ([www.mobileburn.com/pressrelease.jsp?Id=4642](http://www.mobileburn.com/pressrelease.jsp?Id=4642))

встроены специальные приемники. В июне 2008 года вещание в сети DVB-H начал и крупнейший голландский телеком-оператор KPN, предоставивший абонентам 10 мобильных каналов (существующие голландские каналы плюс MTV, Discovery Channel and Nick Toons). Сигнал мобильной телесети KPN можно принимать на телефоны LG KB620 и Samsung P960<sup>45</sup>. Среднеевропейская цена мобильного телевидения в формате DVB-H составляет около 15 евро, в Голландии она не превышает 10 евро, в Италии равняется в среднем 19 евро и достигает 29 евро за сервисы с дополнительными услугами, а в Швейцарии — 13 швейцарских франков (около 25 евро).

Однако унификация европейского мобильного телевидения встречается с большими трудностями. Несмотря на то, что стандарт DVB-H признан общеевропейским, Европейская комиссия может лишь рекомендовать его крупнейшим игрокам рынка сотовой связи. В августе 2007 года в ФРГ был организован аукцион на получение лицензии на DVB-H — вещание на территории этой страны. Главными претендентами на победу были консорциум, состоявший из Vodafone Germany, T-Mobile (подразделение Deutsche Telekom) и O2 (принадлежит испанской компании Telefonica), а также Mobile 3.0 — совместное предприятие MFD, издательской фирмы Neva Media и других миноритарных участников. Лицензию получило Mobile 3.0, что очень не понравилось Vodafone и T-Mobile. Гиганты телеком-сектора в конце концов заявили, что вещание в формате DVB-H приведет к тому, что их клиенты, затрачивая больше средств на оплату мобильного ТВ, будут тратить меньше на услуги, предоставляемые сотовыми операторами. Поэтому сначала T-Mobile, а потом Vodafone приняли решение использовать в своих аппаратах тюнеры бесплатного «наземного» стандарта DVB-T плюс платные видеосервисы в сетях 3G<sup>46</sup>.

Результаты демарша монстров мобильного рынка долго ждать не заставили. В июне 2008 года Mobile 3.0 провел первые вещательные тесты в общеевропейском стандарте, а уже месяцем позже в немецкой прессе появились сообщения о том, что консорциум может отказаться от планов по разворачиванию сетей DVB-H. Масла в огонь подлил отказ от участия в проекте издательских домов Burda and Holtzbrink и южноафриканской медиакомпании Naspers, входивших в Mobile 3.0. И уже в октябре Комиссия Земельных

---

<sup>44</sup> Mobilkom austria positions itself as “comprehensive mobile TV provider” ([www.telekom.austria.com/ir/news/en/2008/0611-mobile-tv.php](http://www.telekom.austria.com/ir/news/en/2008/0611-mobile-tv.php))

<sup>45</sup> KPN tempts Dutch customers with mobile TV ([http://www.theregister.co.uk/2008/05/29/kpn\\_to\\_launch\\_mobile\\_tv/](http://www.theregister.co.uk/2008/05/29/kpn_to_launch_mobile_tv/))

<sup>46</sup> Vodafone Germany Head Questions Pay Mobile TV Model; Cites DVB-T ([www.mocnews.net/entry/419-operators-kill-dvb-h-in-germany/](http://www.mocnews.net/entry/419-operators-kill-dvb-h-in-germany/)); Mobile TV takes a beating in Germany and Japan ([www.mobilebum.com/news.jsp?Id=5044](http://www.mobilebum.com/news.jsp?Id=5044))

ведомств по делам СМИ по доступу и контролю в сфере коммуникационных ресурсов (ЗАК), констатировав завершение тестового проекта, потребовала от Mobile 3.0 отдать лицензию на эксплуатацию DVB-H-сетей в Германии. ЗАК заявила, что «консорциум Mobile 3.0 оказался неспособен реализовать собственную концепцию DVB-H-вещания, не заключив ни договоры на строительство сетевой инфраструктуры, ни соглашения с соответствующими маркетинговыми партнерами»<sup>47</sup>.

И если в 2006 году Генрих Риннерт, основатель MFD, выиграл схватку с крупнейшими немецкими сотовыми операторами за частоту, необходимую для стандарта DMB, сейчас, когда мобильное телевидение стало подавать признаки массовости, «бегемоты» телеком-рынка, даже проиграв DVB-H-аукцион, взяли стратегический реванш. С другой стороны, шансы регулятора на то, чтобы найти достойных инвесторов для спасения немецкого DVB-H — проекта, сейчас нельзя оценить высоко. А формат DVB-T может таким образом обрести второе дыхание, тем более что консорциум DVB обещает уже в 2009 году предоставить готовый для коммерческой эксплуатации стандарт DVB-T2, специально приспособленный для формата HDTV<sup>48</sup>.

Ситуация с внедрением DVB-H в ФРГ — иллюстративный пример функционирования монополистического рынка, где крупнейшие игроки (в данном случае операторы рынка мобильной связи) способны уничтожить проект, если не получают от правительства лицензию на него. Объективные причины, выдвигаемые мобильными операторами, выглядят резонно, но не убедительно: если внедрение DVB-H экономически неэффективно, то зачем было участвовать в аукционе на получение лицензии? Между тем, 3 Italia приводит данные о том, что средний доход с абонента (ARPU) от абонентов, подписанных на ее сервис мобильного ТВ стандарта DVB-H приблизительно на 60% выше, чем ARPU от обычных абонентов<sup>49</sup>.

Германия — не единственная страна ЕС, где стандарт DVB-H терпит неудачу. В мае 2008 года британский регулятор Ofcom организовал аукцион на частотный спектр 40MHz, в ходе которого все 17 спотов на частоты, в которых могло бы вестись DVB-H-вещание, были выиграны главным конкурентом одобренного ЕС стандарта — MediaFLO<sup>50</sup>. Открытый аукцион не давал DVB-H в Великобритании, где нет традиций вещания в этом формате,

---

<sup>47</sup> Handy-TV-Konsortium Mobile 3.0 soll Lizenz zurückgeben ([http://www.heise.de/newsticker/Handy-TV-Konsortium-Mobile-3-0-soll-Lizenz-zurueckgeben-\\_/meldung/117079](http://www.heise.de/newsticker/Handy-TV-Konsortium-Mobile-3-0-soll-Lizenz-zurueckgeben-_/meldung/117079)); DVB-H vor dem Aus? ([http://www.etest-mobile.de/testblog\\_blogoverview.html](http://www.etest-mobile.de/testblog_blogoverview.html))

<sup>48</sup> DVB-T2: Kommender Standard auch für HDTV per Antenne  
Entwicklung gestartet, Endgerätee frühestens 2009 ([forum.speedmeter.de/dsl-news/13479-dvb-t2-kommender-standard-fuer-hdtv-per-antenne.html](http://forum.speedmeter.de/dsl-news/13479-dvb-t2-kommender-standard-fuer-hdtv-per-antenne.html))

<sup>49</sup> 3 Italia — 719 000 зрителей мобильного ТВ (<http://www.procontent.ru/news/6023.html>)

никаких шансов. Два других участника тендера — Arqiva Limited и The Joint Radio Company — предсказуемо выступили в роли статистов. Таким образом, заплатив 8,3 миллиона фунтов, корпорация Qualcomm почти неминуемо станет монополистом на рынке мобильного телевидения в Великобритании.

В Норвегии эфирное вещание будет осуществляться в формате DMB. В августе 2008 года консорциум из трех крупнейших норвежских вещательных компаний — государственной (общественной) NRK и частных TV2 и MTG — объявил о намерении представить в конце года девятиканальное мобильное ТВ в южнокорейском стандарте. Совместное предприятие Norsk Mobil-TV AS ведет переговоры с операторами и производителями с целью запуска мобильного ТВ в стране, начиная с региона Осло (столица и близлежащие районы), где сосредоточено 30% населения государства. По мнению норвежских вещателей, DMB является оптимальной технологией в их стране, так как он обеспечивает недорогое покрытие крупных и сельских районов, а DMB-приемники совместимы со стандартом цифрового радио DAB, которое доступно для 80% населения Норвегии<sup>51</sup>.

В этих условиях ключевым фактором представляется судьба общеевропейского стандарта во Франции, занимающей, как уже отмечалось, первое место по количеству пользователей мобильного ТВ, но только благодаря видеосервисам в сетях 3G. Французская гибридная сеть, позволяющая осуществлять как наземное, так и спутниковое вещание в стандартах DVB-H и DVB-SH, уже прошла несколько успешных тестов. Строительством сети на базе технологического решения Alcatel-Lucent «Неограниченное мобильное телевидение» занималось французское Агентство промышленных инноваций (АИ). Проект, одобренный Еврокомиссией, получил финансовую помощь в размере 37,6 миллионов евро от правительства Франции, из них 16,1 миллиона составили субвенции, а 21,5 — кредиты. Общая стоимость программы оценивается в 98,4 миллиона евро, сеть должна быть готова к вводу в эксплуатацию в начале 2009 года<sup>52</sup>.

В свою очередь, в мае 2008 года Высший аудиовизуальный совет распределил лицензии на DVB-H-вещание. В отличие от Германии, лицензии предоставлялись на каждый канал, а не на развертывание сети DVB-H в целом. Лицензии получили 13 частных каналов: Orange Sports, EuropaCorp TV, BFM TV, Canal Plus, Direct 8, Eurosport, I-Tele, M6, NRJ 12, NT1,

---

<sup>50</sup> Qualcomm's acquires spectrum for new services (<http://uk.reuters.com/article/internetNews/id-UKWLBI76320080516?rpc=401&feedType=RSS&feedName=internetNews&rpc=401>)

<sup>51</sup> Закат DVB-H — Норвегия выбрала DMB для мобильного ТВ (<http://pda.procontent.ru/news/9398.html>)

<sup>52</sup> TV Mobile : le choix du DVB-H en France (<http://www.generation-nt.com/commenter/tv-mobile-dvb-h-france-actualite-45471.html>)

TF1, Virgin 17 and W9<sup>53</sup>, из которых только Orange Sports является специализированным «мобильным» телеканалом, уже зарекомендовавшим себя в сети 3G France Telecom. Еще три лицензии получили государственные каналы France 2 и France 3, а также общественный франко-немецкий канал Arte. В случае успешного завершения перехода Франции на цифровую платформу могут быть предоставлены лицензии на мобильное вещание еще на 15 каналах. Ожидается, что проникновение DVB-H в стране достигнет 30 % населения в 2011 году и 60 % — в 2014<sup>54</sup>.

Тем не менее, будущее DVB-H во Франции не выглядит безоблачным. В феврале 2008 года Orange и T-Mobile объявили о совместном проекте мобильного телевидения в формате TDtv. Вещание будет осуществляться в частотном спектре 3G с помощью сервисной платформы MediaFusion, разработанной NextWave на основе MBMS. Это означает, что France Telecom делает, по крайней мере, значительную ставку на потоковое видео (хотя и по принципу «broadcast», а не «unicast») в сотовых сетях<sup>55</sup>. Надо сказать, что первое тестирование TDtv прошло еще в феврале 2006 года, и заинтересованными участниками в этом процессе были Orange, 3 UK, Telefonica и Vodafone<sup>56</sup>.

Стабильное внимание к организации массового вещания в сетях 3G объясняется все теми же опасениями по поводу оттока средств абонентов на оплату услуги DVB-H. Кроме того, хотя стандарт TDtv предполагает «двусторонний» способ вещания, он может позволить уменьшить количество задействованных базовых станций в четыре раза, что значительно уменьшит нагрузку на сеть при сохранении полного контроля оператора над сетью. Разумеется, этот стандарт находится лишь в стадии первоначального тестирования, которое пока фиксирует недостаточно высокое качество изображения в домашних условиях из-за большой частоты операций. Его к тому же не поддерживает ни одна модель телефона, многие операторы 3G (например, Vodafone), не имеют частотного спектра TDD. Тем не менее, можно не сомневаться, что в случае успешных результатов тестирования и при необходимости сотовые операторы способны значительно ускорить практическое внедрение TDtv.

Таким образом, поиск оптимальной бизнес-модели является важнейшей проблемой для европейского мобильного телевидения. Развитие мобильного

---

<sup>53</sup> Communiqués de presse CSA ([http://www.csa.fr/actualite/communiqués/communiqués\\_detail.php?id=126415](http://www.csa.fr/actualite/communiqués/communiqués_detail.php?id=126415))

<sup>54</sup> France Issues Mobile Broadcast TV Channels ([www.francetelecom.com/en\\_EN/innovation/latest\\_news/hot\\_topics/dossier.../page3.html](http://www.francetelecom.com/en_EN/innovation/latest_news/hot_topics/dossier.../page3.html))

<sup>55</sup> T-Mobile and Orange to pilot mobile TV (<http://news.zdnet.co.uk/communications/0,10000,00085,39292801,00.htm>)

<sup>56</sup> Orange takes stance in mobile TV standards war ([news.zdnet.co.uk/communications/0,10000,00085,39292801,00.htm](http://news.zdnet.co.uk/communications/0,10000,00085,39292801,00.htm))

ТВ на нашем континенте сопровождается наиболее яростной «войной стандартов», которая, впрочем, может закончиться «в административном порядке» или же перейти из технологической в юридическую плоскость. Комиссар ЕС по телекоммуникациям В. Реддинг, являющаяся горячей сторонницей внедрения DVB-H, уже заявила, что если некоторые страны Евросоюза будут отказываться принимать общеевропейский стандарт, Еврокомиссия может прибегнуть к законодательным мерам для его продвижения<sup>57</sup>.

В США сервисы мобильного телевидения, в основном, предоставляет «большая тройка» операторов мобильной связи — Sprint Nextel, AT&T и Verizon Wireless. Количество зрителей мобильного телевидения в США оценивается Screen Digest в 5 миллионов человек, а к 2011 году число абонентов может достичь 28,8 миллионов, что принесет участникам этого сегмента рынка 1,8 миллиарда евро<sup>58</sup>. Крупнейшим провайдером контента мобильного ТВ является компания MobiTV, которая стала предлагать услугу еще в 2001 году в сети GPRS. В ноябре 2003 года картинку MobiTV начинает распространять в своих сетях оператор Sprint Nextel, в середине 2004 года появляется услуга в режиме «видео-по-запросу» Sprint TV. С января 2005 года изображение MobiTV распространяет Singular (в 2004 году приобретенный AT&T). Качество изображения стало соответствовать нормам, когда в феврале 2006 года Sprint Nextel стал показывать MobiTV в сетях 3G.

В августе 2008 года MobiTV объявила, что число пользователей ее сети для мобильного ТВ и радио на сегодняшний день достигло 4 миллионов человек, 75% из них — клиенты Sprint Nextel. Абонентская база MobiTV остается самой большой в мире, а показатель 5,7% общей абонентской базы Sprint Nextel является самым высоким для США<sup>59</sup>. С 2003 года MobiTV пришлось проработать 30 месяцев до того, как был привлечен первый миллион подписчиков. Это количество удвоилось спустя 10 месяцев работы, а затем через восемь месяцев составляло уже 3 миллиона. Для достижения сегодняшнего числа пользователей провайдеру потребовалось на 20% больше времени, чем в случае с рубежом в 3 миллиона<sup>60</sup>.

Сейчас услуги компании предоставляют 15 операторов. Кроме Sprint, это AT&T Wireless, Alltel, Telus, Rogers и Bell Canada и другие. MobiTV предлагает более 50 каналов: прямые телепрограммы, программы категории «premium», видео по требованию, а также спутниковые, цифровые и му-

---

<sup>57</sup> Qualcomm splurges on UK spectrum ([www.theregister.co.uk/2008/05/16/qualcomm\\_buys\\_l\\_band/comments/](http://www.theregister.co.uk/2008/05/16/qualcomm_buys_l_band/comments/))

<sup>58</sup> Мобильное ТВ: Европа и Америка обгонят Азию к 2011 (<http://www.procontent.ru/news/6772.html>)

<sup>59</sup> (<http://www.era-tv.ru/eraline/getnews.asp?SID=11774>)

<sup>60</sup> MobiTV — рубеж 4 млн. мобильных телезрителей пройден ([www.procontent.ru/news/9224.html](http://www.procontent.ru/news/9224.html))

зыкальные программные сервисы от таких телеканалов и сетей, как NBC, MSNBC, ESPN, Disney Channel, A&E Networks, Animal Planet, Bravo, USA Network, Bloomberg, Access Hollywood, CNBC, CNET, Fox Business, Oxygen, Pussycat Dolls, Sci Fi, The History Channel, The Weather Channel, TLC, ToonWorld TV Classics, V40 Top Hits, XM Radio и других. Сервис MobiTV на данный момент доступен на более чем 350-ти мобильных устройствах и предоставляет интерактивную платформу для рекламных кампаний, для проведения различных опросов и голосований.

С марта 2007 года смотреть телевидение на экранах мобильных телефонов смогли абоненты Verizon Wireless (совместного предприятия Verizon Communications и Vodafone Group), а с мая — клиенты AT&T. В отличие от пионера американской мобильной телеиндустрии, распространяющего видеоконтент в сетях 3G, эти операторы ориентируются на вещание в стандарте MediaFLO. По количеству абонентов мобильного ТВ компании Verizon и AT&T значительно уступают MobiTV: первая имеет лишь около 100 тысяч (около 0,15 % от общей абонентской базы оператора), вторая за 5 месяцев с момента появления вообще не предоставляла сведений о количестве мобильных зрителей.

Линейки телеканалов двух операторов, вещающих в системе MediaFLO, очень похожи, оба предлагают по 9 каналов. «Программная сетка» AT&T состоит из CBS Mobile, CNN, FOX Mobile, NBC 2GO, NBC News 2GO, MTV, ESPN Mobile TV, Nickelodeon, Comedy Central и PIX («фильмовый» канал Sony Pictures). Зрители сервиса Verizon VCast Mobile TV могут смотреть CBS Mobile, FOX Mobile, NBC 2GO, NBC News 2GO, MTV, MTV Tr3s, ESPN Mobile TV, Nickelodeon, Comedy Central плюс аудиоканал ESPN Radio и бесплатный канал анонсов. Как видим, разница только в одном канале, а репертуар операторов практически не выходит за рамки эфирных и кабельно-спутниковых аналогов. Оба оператора предлагают телевизионные услуги за ежемесячную абонентскую плату, составляющую около 15 долларов, она может возрасти до 25-30 долларов за дополнительные услуги.

Конкуренцию MediaFLO пыталась оказывать компания Crown Castle, чей проект Modeo, тестирование которого началось в 2006 году, ориентировался на стандарт DVB-H. Однако ни один сотовый оператор в США не подписал контракт на распространение сервиса, и в июле 2007 года Crown Castle продала свой спектр частот консорциуму частных инвестиционных компаний Telcom Ventures и Columbia Capital за 130 миллиардов долларов<sup>61</sup>. Обе эти компании расширили свой интерес в мобильной индустрии, ранее они совместно инвестировали значительные средства в XM Satellite Radio Inc., а Columbia единолич-

---

<sup>61</sup> Crown Castle switches off its Mobile TV ([gigaom.com/2007/07/24/crown-castle-turns-off-mobile-tv/](http://gigaom.com/2007/07/24/crown-castle-turns-off-mobile-tv/))



но в Amp'd Mobile, Sandbridge (производителя программного обеспечения для широкополосной связи) и Millennial Media (проект компании, которая будет специализироваться на рекламе в мобильных устройствах)<sup>62</sup>.

В апреле 2008 года спутниковый оператор Dish Networks начал тестирование сети DVB-SH. Компания-монополист запустила исследовательский проект после того, как потратила около 712 миллионов долларов на покупку частоты в спектре 700 МГц. Вещание на этой частоте станет возможно с февраля 2009 года, и до этого времени Dish надеется найти партнера среди мобильных операторов<sup>63</sup>. Так как Verizon и AT&T связаны контрактами с Qualcomm, а Sprint вполне удовлетворен сотрудничеством с MobieTV, менеджмент Dish может пойти на сотрудничество с более мелкими компаниями. Однако такой шаг, равно как и создание собственной сети по продаже мобильных телефонов, в условиях монополизированного рынка связи будет весьма рискованным.

Исторически для развития любых телекоммуникационных технологий в США важное значение имеет местное вещание, традиционно очень популярное в этой стране. В апреле 2008 года во время ежегодного заседания Национальной ассоциации вещателей Открытая коалиция мобильного видео (OMVC), состоящая из 850 членов (главным образом, локальных вещательных станций), заявила о необходимости единого стандарта местного мобильного вещания. OMVC высоко оценила потенциал роста этого рынка — в 2012 году он может составить 2 миллиарда долларов, и выразила желание получить стандарт в феврале 2009 года, когда все американское ТВ должно перейти на цифровую платформу<sup>64</sup>. Предполагается, что будет выбран один из трех вариантов — MPH (Mobile-Pedestrian-Handheld), созданный LG Electronics and Harris Corporation, A-VSB (Advanced VSB) — совместный продукт Samsung и Rohde & Schwarz и пока безымянная система, разрабатываемая Thomson и Micronas. Задачей будущего стандарта станет обеспечение приема качественного изображения в условиях мобильности на расстоянии не менее 40 километров от передатчика. OMVC прогнозирует, что каждая ТВ-станция должна будет инвестировать в создание собственной технологической инфраструктуры мобильного ТВ около 100 тысяч долларов.

Qualcomm не видит в стандарте местного мобильного вещания потенциального конкурента, предполагая, что его контент будет формироваться на основе программ местных эфирных каналов, тогда как MediaFLO использует прежде

---

<sup>62</sup> Crown Castle Pulls Plug on Modeo; Sells Spectrum To Private Equity (<http://www.moconews.net/entry/419-crown-castle-sells-modeo-to-private-equity>)

<sup>63</sup> Dish Trialling DVB-SH Service ([www.fiercemobilecontent.com/story/dish-network-trialing-dvb-sh-mobile-tv.../2008-04-25](http://www.fiercemobilecontent.com/story/dish-network-trialing-dvb-sh-mobile-tv.../2008-04-25))

<sup>64</sup> Local Broadcasters Want In On Mobile TV But Will Operators Shut Them Out? ([www.moconews.net/entry/419-can-free-dvb-t-drive-mobile-tv-uptake](http://www.moconews.net/entry/419-can-free-dvb-t-drive-mobile-tv-uptake))

всего мобильные аналоги кабельно-спутниковой продукции. А вот операторы мобильной связи выражают те же опасения, что и их европейские коллеги в связи с развитием DVB H-вещания. Местное мобильное вещание, особенно если оно будет финансироваться рекламодателями, может привести к уменьшению внимания клиентов к другим платным услугам сотовых операторов, включая мобильное телевидение. Таким образом, общенациональные мобильные операторы, претендующие на монополизацию услуг, вполне могут противодействовать развитию независимого от них местного мобильного вещания в США.

Далее проанализируем достоинства мобильного телевидения и проблемы, связанные с его практическим внедрением. К достоинствам можно отнести следующие.

1. Вездесущность. Это свойство, характерное для телевидения в принципе, в данном случае проявляется особенно наглядно. Телевизионное изображение на экране мобильного телефона можно смотреть везде, где работает сотовая связь, географическое проникновение которой в развитых странах близится к 100 %.

2. Условия просмотра. Мобильное ТВ чаще всего смотрят во время поездок в метро и городском транспорте, когда другие формы телевидения практически недоступны. Это во многом объясняет невысокую популярность сервиса в США, где, в отличие от Азии и Европы, большинство населения, в основном, передвигается на машинах. Чтобы повысить популярность мобильных технологий в автомобиле, специалисты MediaFLO встраивают мониторы в спинки передних кресел. Однако по-настоящему проблему можно решить только с помощью перехода от временных стратегий к контентно-временным. То есть зрители должны смотреть мобильное телевидение не только по дороге на работу, но и в обычное время отдыха. Иными словами, эта услуга должна конкурировать с традиционным ТВ в области содержания. В идеале для мобильного ТВ должны создаваться специальные программы с соответствующими режиссерскими решениями. Например, общие планы должны использоваться как можно реже, вплоть до полного их исключения. Мобильные подразделения NBC, CNN, ABC, Fox и CBS уже производят специальные новостные выпуски, рассчитанные на экран с диагональю в 5 сантиметров.

3. Интерактивность. Как и IPTV, мобильные технологии выводят телевидение на новый уровень интерактивности, резко расширяя возможности услуги «видео по заказу». Просмотр телепередач в удобное для клиента время, заказ дополнительных программ, загрузки видеоклипов должны стать главными конкурентными преимуществами мобильного ТВ. Как показывают исследования, «отложенные» телевизионные программы занимают второе место по популярности среди программ мобильного ТВ. Их рейтинг достигает 48 процентов, они уступают только новостям, которые смотрят 77 процентов абонентов<sup>65</sup>.

4. Персонализированность. Мобильное телевидение позволяет учитывать требования конкретных клиентов и использовать технологии UGC (User Generated

Content) для удовлетворения информационных и развлекательных запросов максимально узких сегментов аудитории. Другая сторона этого преимущества — приватность телепросмотра — на работе, в дороге или в домашних условиях.

5. Использование мультимедийных возможностей. Мобильный телефон — мультимедийное устройство, поэтому во время просмотра телепередач абонент сможет принимать звонки и получать уведомления о входящих сообщениях. Услуга «видеозвонок», которую сделали возможной сети третьего поколения, позволяет видеть зрителей, звонящих в студию в прямом эфире, без организации «телемостов». Широкополосный Интернет даст возможность подключаться к любым трансляциям во всемирной сети в условиях мобильности.

6. Расширение образовательных возможностей. Мобильное телевидение — идеальная технология для персонализированных образовательных программ, дистанционного и «модульного» обучения.

Среди проблем, связанных с функционированием мобильного ТВ, выделим следующие.

1. Низкий зрительский интерес. По данным Gartner, лишь около 5 процентов европейцев интересуются мобильным телевидением, тогда как в Азии этот показатель составляет 20 процентов<sup>66</sup>. Но даже в Южной Корее, как показывает исследование TMC Media, лишь 1,17 процента абонентов, чьи телефоны способны принимать мобильное ТВ, регулярно смотрят его. Эта цифра возрастает до 3,58 процентов в транспортный «час пик»<sup>67</sup>.

Исследование M: Metrics в Великобритании показало, что на мобильном телефоне хотя бы раз в месяц смотрели телевизионные программы лишь 0,7 % британцев<sup>68</sup>. Социологический опрос Continental Research в США ставил задачей выяснение того, готовы ли пользователи оплачивать мобильное видео при условии отсутствия рекламы или, скорее, выбрали бы рекламные вставки в передачах при условии бесплатного сервиса. Более половины, а точнее, 53 %, опрошенных остались равнодушны к обоим вариантам, заявив, что мобильное ТВ для них неинтересно в принципе<sup>69</sup>. Более оптимистично выглядят результаты совместного социологического исследования CNN и Ericsson. Но и они не очень убедительны: лишь 34 % респондентов рассматривают мобильное ТВ

---

<sup>65</sup> CNN and Ericsson Reveal Key Findings From Joint International Mobile TV Research Study (<http://mobileworldcongress.mediaroom.com/index.php?s=43&item=332>)

<sup>66</sup> France : le DVB-H validé pour la TV mobile (<http://www.netactualite.info/post/2007/10/01/France-.le-DVB-H-valide-pour-la-TV-mobile>)

<sup>67</sup> Even Koreans turn off mobile TV (<http://www.slyck.com/forums/viewtopic.php?p=482146&sid=a4bb56dce16b742c6eaa6e8c361d8dfa>)

<sup>68</sup> The Guardian, MoCoNews.net discuss mobile TV statistics (<http://www.mobiletelevisionreport.com/2007/08/the-guardian-mo.html>)

как «самую необходимую услугу», а 44 % «твердо намерены стать абонентами мобильного ТВ в ближайшие 2 года»<sup>70</sup>.

Традиционно причинами низкого зрительского интереса к мобильному ТВ называют те, что связаны со свойствами сотовых телефонов как таковых: неудобство просмотра телепрограмм на маленьких экранах, низкая частота обновления кадров, ухудшающая изображение, сложные настройки и конфигурации, высокая энергозатратность. К отрицательным факторам можно отнести и недостаточное проникновение необходимых технологий. В странах ЕС мобильное ТВ могут принимать только около 20 % абонентов, в США – около 35 %, в Южной Корее и Японии – около 40 %. Это объясняется недостаточным интересом к сервисам в сетях 3G. Кроме того, хотя себестоимость, скажем, DVB-H-тюнера не превышает 10 долларов, и цена его встраивания тоже незначительна, внедрение начинается с самых дорогих моделей.

Однако данные исследования M: Metrics показывают, что главными причинами отказа от мобильного ТВ европейцы и американцы называют цену, низкое качество и ненадежность услуги. Цена отпугнула более половины опрошенных, а примерно четверть (от 22 % в США до 30 % в Великобритании) недовольны низким качеством и ненадежностью сервиса<sup>71</sup>. Это означает, что проблему накопления «критической массы» телефонов, способных принимать мобильное ТВ, можно решить только, если будет обеспечиваться высокое качество этой услуги и других сервисов третьего поколения по приемлемым для абонентов ценам. А сами по себе инновации, как показывает пример модели Virgin Mobile «Lobster», не являются гарантией коммерческого успеха.

2. Большое количество экс-зрителей мобильного телевидения. Рост количества абонентов мобильного ТВ на 36 % в 2007 году почти в два раза меньше роста количества экс-зрителей, который за тот же период времени составил 68 %. Франция, являющаяся европейским лидером по числу пользователей мобильного телевидения, занимает первое место на континенте и по коэффициенту отношения зрителей, отказавшихся от мобильного ТВ, к каждому действующему абоненту. Для Франции этот коэффициент составляет 2,7, на втором месте Испания – 2,4, далее следуют Италия – 2,2, ФРГ – 2,1, Великобритания – 1,8 % и США – 1,3 %. Наихудший показатель

---

<sup>69</sup> Среди остальных респондентов доминировало предпочтение бесплатного варианта (27% опрошенных) (Мобильное ТВ в США спросом не пользуется ([http://mobiletelefon.ru/post\\_1193862019.html](http://mobiletelefon.ru/post_1193862019.html)))

<sup>70</sup> CNN and Ericsson Reveal Key Findings From Joint International Mobile TV Research Study (<http://mobileworldcongress.mediaroom.com/index.php?s=43&item=332>)

<sup>71</sup> Mobile TV hampered by high prices and poor quality ([http://www.telecommagazine.com/article.asp?HH\\_ID=AR\\_3949](http://www.telecommagazine.com/article.asp?HH_ID=AR_3949))

количества отказавшихся от мобильного ТВ в 2007 году наблюдался в ФРГ — 159 % и во Франции — 147 %, наилучший в Италии — 37 %. Тем не менее, оптимизм у провайдеров мобильного ТВ может вызвать то, что 60 % экс-зрителей готовы вернуться к сервису в течение года, если будет улучшено качество и повысится надежность контента<sup>72</sup>.

3. Недостаток оригинального содержания. Как видно из выше приведенных сведений, провайдеры мобильного телевидения предлагают зрителям уже существующие телепрограммы в мобильном формате. То есть сервис изменяет форму, но не вносит разнообразия в содержание. Преимущество «отложенных» телевизионных передач не подкрепляется преимуществом специфического контента для мобильного телевидения, что резко понижает ценность формальной персонализации услуги.

4. «Война стандартов», неопределенность бизнес-моделей и процедуры внедрения. Результатом становятся замедление внедрения новых технологий и неизбежная потеря зрительской аудитории, что наиболее ярко проявляется в Германии. В Финляндии компания Digita получила лицензию на развертывание сети DVB-H еще в 2006 году, однако проект был фактически заморожен на полтора года из-за проблемы авторских прав. Отрицательную роль играет и неопределенность отношений главных игроков рынка. Как уже отмечалось выше, сотовые операторы, субсидирующие продажу мобильных телефонов, опасаются, что мобильное телевидение отвлечет внимание и средства абонентов от услуг компаний сотовой связи, как таковых. Компания Qualcomm, которая как и Nokia, весной 2008 года признала, что внедрение мобильного вещания идет медленнее, чем планировалось, называет главной причиной этого недостаточную активность операторов в продвижении системы MediaFLO<sup>73</sup>. До сих пор не понятно, какую роль в развитии индустрии сыграют рекламодатели, насколько эффективна будет реклама на маленьких экранах, нужно ли реформатировать рекламные ролики специально для экранного стандарта QVGA.

А теперь о политической экономии мобильного телевидения в системе зарубежной мобильной индустрии. Развитие мобильных технологий происходит под влиянием основных тенденций функционирования мирового медиасектора: монополизации, конвергенции, глобализации, финансовализации и ужесточения менеджмента.

1. Монополизация. В крупных европейских странах действуют один-два национальных мобильных оператора. Конкуренция достигается за счет проник-

---

<sup>72</sup>Fall in Viewer Retention Overshadows 36% Mobile TV Growth ([www.tellabs.com/news/2008/nr021208.shtml](http://www.tellabs.com/news/2008/nr021208.shtml))

<sup>73</sup>MediaFLO's Mobile TV Service Not Gaining Traction Company Wants (<http://www.moconews.net/entry/419-mediaflos-mobile-tv-services-not-gaining-traction-company-wants/>); Nokia Concedes Mobile TV Is Slow-Going, 'In Turmoil' (<http://www.moconews.net/entry/419-can-free-dvb-t-drive-mobile-tv-uptake/>)

новения на рынки ведущих стран ЕС операторов из других стран этого союза. На рынке США действуют три ведущих оператора сотовой связи. Естественно, операторы-монополисты занимают доминирующие позиции и в сфере мобильного телевидения. Попытки независимых инвесторов противостоять монополистам пресекаются, как это произошло в случае с MFD в Германии. В США «большая тройка» телеком-операторов, очевидно, будет тормозить развитие местного мобильного телевидения, способного отвлечь клиентов от услуг сотовых операторов. Монополизация интенсифицируется сделками по слиянию-поглощению. Наиболее впечатляюще здесь выглядят успехи корпораций AT&T, поглотившей в 2004 и 2006 годах своих конкурентов — Singular Wireless и Bell South Corporation, и Verizon, заключившей в июне 2008 года сделку по приобретению Alltel.

Кроме того, монополизация проявляется и в прикреплении моделей телефонных аппаратов к сети оператора-монополиста. Например, смартфон iPhone 3G, как правило, привязан к эксклюзивным партнерам компании Apple. В США это AT&T, в Великобритании — O2, во Франции — Orange, в Скандинавии — TeliaSonera, в Японии — Softbank.

2. Конвергенция. Мобильные операторы практически не имеют общих активов с традиционными СМИ, конвергенция характеризуется перекрестным объединением медиагрупп из различных сегментов «телеком-рынка». Практически все западноевропейские операторы — крупнейшие игроки на рынке сотовой связи — являются подразделениями телеком-концернов, предлагающих помимо этого широкополосный доступ в Интернет, IPTV (в Европе), IPTV или кабельное и спутниковое телевидение (в США). Например, T-Mobile — подразделение Deutsche Telekom, Orange — France Telecom, TIM — Telecom Italia и так далее.

Verizon Wireless — совместное предприятие Verizon Communications и Vodafone Group PLC. Vodafone и Vivendi Universal владеют французской телеком-группой Iliad (44 и 56 процентов акций соответственно), которая, в свою очередь, находится в стадии приобретения французским мобильным оператором RSF. Группа компаний France Telecom владеет не только Orange, но и 77 процентами акций испанской компании мобильной связи Amena. В самой France Telecom холдинг в 9,5 % имеет Vodafone.

3. Глобализация. Крупнейшие западные операторы мобильной связи являются транснациональными компаниями. На латиноамериканском рынке доминируют Telefonica и Аппигиса Myvil, на восточноевропейском — Vodafone, T-Mobile, Orange, Telenor. На африканском рынке сильны позиции Orange и Vodafone, на азиатском — Vodafone и Telenor. В США одним из крупнейших мобильных операторов является T-Mobile USA (16,3 миллиона абонентов). Крупнейшим оператором мобильного ТВ в Италии является 3 Italia, подразделение британской компании 3.

Тенденция иллюстрируется и борьбой за внедрение вещательных и 3G стандартов на развивающихся рынках, где явное преимущество имеют DVB-H

и UMTS. Помимо этого, европейский стандарт тестируется (пусть и без особого успеха) в США, а MediaFLO получила семнадцать частот на вещание в Великобритании. Японский стандарт OneSeg внедряется в Бразилии, а южнокорейский DMB останется главным в Норвегии.

4. Финансализация. Этот процесс определяется игрой телеком-операторов на биржах, а также покупкой крупных и миноритарных пакетов акций компаний мобильной связи частными инвестиционными фондами, банками и другими финансовыми учреждениями. Все крупнейшие западные операторы мобильной связи осуществили IPO на европейских биржах Euronext и LSE и американской NYSE<sup>74</sup>. Доля государства постоянно уменьшается, наибольшие государственные холдинги имеются во France Telecom (32 %) и в Deutsche Telekom (15,7 % прямо и 14 % в распоряжении государственного банка KfW).

С другой стороны, Crown Castle продала свой спектр частот консорциуму частных инвестиционных компаний Telcom Ventures и Columbia Capital за 130 миллиардов долларов, и эти фонды, как отмечалось выше, расширили свое присутствие в телеком-секторе. Но мировой финансовый кризис внес значительные коррективы в триумфальное шествие финанализации медиасектора. В мае 2007 года был заключен договор о продаже мобильного оператора Alltel консорциуму частных инвестиционных фондов Texas Pacific Group Capital и Goldman Sachs Capital Partners за 27,5 миллиарда долларов. Однако из-за финансового кризиса сделка, завершить которую планировалось в марте 2008 года, сорвалась, и в июне было объявлено о приобретении Alltel компанией Verizon за 28 миллиардов долларов.

Инвестфонды, которые сделали первоначальный взнос на сумму в 4,6 миллиарда долларов, получили годовой доход в 5,9 миллиардов. Прибыль в 1,3 миллиарда явилась большой победой для инвестиционных компаний в условиях финансового кризиса, когда частные инвесткомпания встречаются с серьезными проблемами при выходе из сделок, на которые банки отказываются предоставлять обещанные кредитные линии<sup>75</sup>. Компания Verizon, которая также приобретает Alltel с помощью «плечевого» контракта с первоначальным взносом в 5 миллиардов долларов, после сделки выходит на первое место в США по количеству абонентов (80 миллионов), опережая AT&T (71,4 миллиона).

5. Ужесточение менеджмента. Например, AT&T в декабре 2006 года после поглощения корпорации Bell South объявила о сокращении примерно

---

<sup>74</sup> Подробнее о акционерных схемах крупных телекоммуникационных компаний см., например, Сапунов В.И. Политическая экономия глобальной индустрии мобильных технологий в контексте развития мирового телекоммуникационного сектора / Журналистика и медиаобразование — 2008. Сборник трудов III Международной научно-практической конференции. Белгород, 2008. — С. 223-231.

<sup>75</sup> Alltel bonus for buy-out groups ([http://www.ft.com/cms/s/0/7b3a00c2-3307-11dd-8a25-0000779fd2ac.html?nclick\\_check=1](http://www.ft.com/cms/s/0/7b3a00c2-3307-11dd-8a25-0000779fd2ac.html?nclick_check=1))

10 000 сотрудников. 18 апреля 2008 года началась процедура увольнения первой половины из них — 4650 работников (1,5 % от общего штата компании). Это коснулось прежде всего местной телефонной связи и подразделения, обслуживавшего корпоративных клиентов. Еще около 10 000 рабочих мест AT&T в 2003 году перенесла в Индию. В 2003 году France Telecom уволила 13 000 сотрудников, а годом позже — еще 14 500 человек. В 2005—2006 годах Deutsche Telekom уволила 30 000 сотрудников. В сентябре 2008 года Telecom Italia сообщила о грядущих увольнениях 5 000 работников из числа персонала компании в Италии. К 2015 году за счет реорганизации бизнеса итальянский телеком-оператор планирует сократить издержки на 40%.

В заключение отметим, что будущее мобильного телевидения остается небесспорным. Война стандартов, затягивающийся поиск оптимальной бизнес-модели, а также технологические трудности, имманентные для мобильной индустрии, не способствуют развитию зрительского интереса к этой услуге. Уникальные интерактивные возможности, вездесущность и персонализация телепросмотра должны стать основными конкурентными преимуществами мобильного ТВ. Кроме того, формально являясь передовой технологией телеком-сектора, мобильное телевидение не вносит разнообразия в содержание медиапотоков. Очевидно, что контент мобильного ТВ — результат переноса на экраны сотовых телефонов кабельно-спутниковых и эфирных программ. Поэтому в решении важнейшей проблемы зарубежного медиасектора — обеспечения плюрализма мнений — мобильное ТВ существенной роли пока не играет. Именно на это стоит обращать особое внимание исследователям зарубежного телевидения и медиасектора в целом.



## Журналистика и вызовы Веб 2.0

Распространение новых представлений об интернет-журналистике и возникновение ожиданий ее качественно нового развития обычно связывают с появлением концепции Веб 2.0 (Web 2.0).

Автором термина стал американский исследователь Тим О'Рейли (Tim O'Reilly). В своей программной статье «Что такое Веб 2.0. Шаблоны дизайна и бизнес-модели для нового поколения программ» (2005) он заявляет о новом направлении в развитии Интернета, за которым он видит будущее.

### Веб 2.0: идеология и технология

Описывая свою концепции, сам О'Рейли высказывается максимально расплывчато: «Как многие важные концепции, Веб 2.0 не имеет четких границ. Это, скорее, центр притяжения»<sup>1</sup>. В статье нет четких теоретических определений признаков Веб 2.0, они подменяются многочисленными примерами работы различных интернет-компаний и сервисов. Однако в конце текста приводятся условия соответствия компании стандартам Веб 2.0:

1. Недорого масштабируемые сервисы (то есть открытые для доработки, развития, усовершенствования), а не готовые «коробочные» продукты.
2. Контроль за уникальными источниками данных, которые обогащаются за счет привлечения большого количества пользователей.
3. Отношение к пользователю как к сотруднику.
4. Использование коллективных интеллектуальных ресурсов.
5. Самообслуживание пользователей.
6. Упрощение пользовательского интерфейса, разработки и бизнес-модели<sup>2</sup>.

Таким образом, мы можем обратить внимание, что понятие «Веб 2.0» включает два аспекта:

- 1) собственно концепцию или идеологию, которая в основном представляет собой новый подход к пониманию роли пользователя в интернет-коммуникации и новый подход к организации средств коммуникации в Интернете;

---

<sup>1</sup> O'Reilly T. What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software / Т. О'Рейли (<http://www.oreilynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>).

<sup>2</sup> Ibid.

2) технические средства, которые используются для реализации указанных выше подходов (использование технологий RSS, AJAX и т.п.).

На сегодняшний день всемирно известными проектами Веб 2.0 являются Myspace, YouTube, Livejournal, iTunes, Wikipedia, Del.icio.us, сервисы Google и Yahoo и др.

В данной статье нас будет интересовать в основном концептуально-идеологическая сторона Веб 2.0, потому что именно она определяет развитие (в том числе и технологическое) средств массовой коммуникации в Интернете и изменяет их функционирование. Но прежде чем рассматривать это влияние, поясним, почему здесь используется слово «идеология».

Начнем с того, что концепция Веб 2.0 не имеет под собой сколько-нибудь прочного научного фундамента. Это видно и из отношения к термину его создателя Тима О'Рейли. Разговоры о том, что Веб 2.0 пришел на смену Интернету, несостоятельны хотя бы потому, что Интернет — это название глобальной компьютерной сети, а Веб 2.0 — всего лишь одна из концепций и технологий, существующих внутри Интернета. В сетевой коммуникации существуют и будут существовать иные технологии и способы организации передачи информации, которые нельзя свести к стратегии user generated content — содержание, создаваемое пользователем (на этом вопросе мы остановимся ниже).

Кроме того, с функциональной точки зрения, в Веб 2.0 нет ничего такого, чего бы не существовало в Интернете раньше. Пресловутое содержание, создаваемое пользователем, присутствовало в Сети всегда: оно обеспечивалось наличием интерактивных механизмов, которые позволяли читателям оставлять свои комментарии, вести дискуссии. Многочисленные сообщества родились из тематических форумов и до сих пор сосуществуют рядом, а иногда и вместе с ними (например, форум радиостанции «Эхо Москвы» на ее официальном сайте и сообщество слушателей в «Живом журнале»). Персональные сайты выполняли функции блогов и даже позволяли размещать мультимедийную информацию.

В связи с вышеизложенным мы придерживаемся мнения, что основу Веб 2.0 составляет прежде всего идеологическая концепция. Она ставит пользователя во главу угла, оставляя за средствами массовой коммуникации только сервисные функции. Аудитория перестает быть аудиторией, она становится основным производителем информации. Уже сформировалось понятие «гражданской журналистики», где в качестве журналистов работают обычные пользователи Интернета, существуют «гражданские» СМИ, целиком состоящие из user generated content (самое известное из них — южнокорейское OhmyNews).

Основная идея новой сетевой коммуникации — перенесение реальных социальных связей в Интернет, копирование и моделирование общественной структуры в сетевом пространстве. На решение этих задач направлены различные проекты, называемые социальными сетями. Будущее Интернета

таким образом представляет собой сложные и многоуровневые коммуникации пользователей, которые происходят в различных социальных сетях:

### И Н Д И В И Д :

- \* *межличностное общение*: семья, друзья, знакомые
- \* *географическое положение*: региональные сообщества
- \* *род деятельности*: профессиональные сообщества
- \* *социальные и индивидуальные потребности и интересы*: сообщества по интересам, политическим или религиозным предпочтениям, социальному статусу и т. д.

- \* *самореализация и развлечения* : блоги, подкасты, фото- и видеосервисы и т. д.

Множество таких социальных сетей будет иметь очень сложные связи, так как одни и те же индивиды будут входить в разные сообщества.

Однако то, что этот путь развития Интернета — не единственный, а один из возможных и, естественно, желаемый для приверженцев Веб 2.0, говорят уже статистические данные.

Согласно «Глобальному исследованию Universal McCann»<sup>3</sup>:

1. В европейских странах уровень развития блогов уже достиг насыщения и его повышение в 2007 году замедлилось (по сравнению с 2006 годом). В некоторых странах стала прослеживаться даже отрицательная динамика. Так, в Италии среди интернет-пользователей количество читателей блогов упало с 79 до 76 %, в Германии — с 20 до 16 %. Менее интенсивным стало в Европе и ведение блогов.

2. В странах с высоким охватом социальных сетей (например, во Франции и Германии) уже в 2007 году наблюдается снижение интереса к этому сервису. Так, количество французских интернет-пользователей, вовлеченных в социальные сети, упало с 14 до 10 %, немецких — с 23 до 19 %.

Таким образом, мы видим, что развитие интернет-проектов с концепцией Веб 2.0 подчинено законам рынка и имеет свой предел насыщения. Этот факт дает основание некоторым авторам считать распространение понятия «Веб 2.0» просто удачным маркетинговым ходом, привлекающим на какое-то время аудиторию к новым ресурсам<sup>4</sup>. Это соображение не лишено оснований — в настоящее время в кругах интернет-разработчиков обсуждается уже создание проектов в формате «Веб 3.0»<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> Аудитория социальных сетей / Universal McCann Web 2.0 (<http://i-smi.ru>).

<sup>4</sup> Delaney I. 10 definitions of Web 2.0 and their shortcomings / I. Delaney (<http://twopointouch.com/2006/08/17/10-definitions-of-web-20-and-their-shortcomings/>).

<sup>5</sup> См., напр.: Семантическая паутина ([http://ru.wikipedia.org/wiki/Веб\\_3.0](http://ru.wikipedia.org/wiki/Веб_3.0)).

## Журналистика в Веб 2.0

Итак, как меняет Веб 2.0 журналистику? Основными тенденциями можно назвать следующие.

**Демократичность обсуждения.** В СМИ, основанных на user generated content, достаточно сложно манипулировать общественным мнением. Авторитет конкретного автора-пользователя среди остальных членов сообщества создается в течение долгого времени и при малейшем подозрении на ангажированность может быть потерян. Создание сообществ или блогов, призванных к манипулятивному воздействию на участников-аудиторию сопряжено с большой опасностью — пользователь, занимающий более активную позицию, чем читатель в традиционных СМИ, может разоблачить манипулятора или игнорировать ресурс в дальнейшем. Даже на вызов новых маркетинговых технологий, связанных с коммерческим использованием социальных сетей (т. н. вирусный маркетинг, доверительный маркетинг) пользователи ответили адекватным шагом — созданием закрытых сообществ, вход в которые новому пользователю можно получить только по рекомендации других, «надежных» участников. Таким образом, использование аудитории в политических или коммерческих целях без ее ведома сводится в новых медиа к минимуму.

Соответственно, к минимуму сводится и цензура. Рядовой пользователь имеет меньше причин быть ангажированным, чем профессиональный работник СМИ, зависящий от учредителя, владельца, властей или общередакционной политики. Даже в случае, если такая ангажированность обнаружится, остальные члены сообщества смогут нейтрализовать ее действия. Опыт освещения и обсуждения в блогосфере событий российско-грузинской войны августа 2008 года показал, что в отличие от традиционных СМИ, как западных, так и российских), в социальных сетях присутствовал весь спектр политических взглядов на события и были доступны сообщения непосредственных свидетелей военных действий.

**Конструирование собственных СМИ.** С помощью новых технологий (прежде всего RSS) пользователь получает возможность выбирать информационные потоки по собственному желанию, что превращает его в конструктора собственных СМИ.

**Расширение информационного поля.** Веб 2.0 дает возможность каждому пользователю стать «гражданским журналистом» через блоги и подкасты. Таким образом, журналистика получает оперативную информацию, которая не всегда доступна профессиональным корреспондентам. Сообщения и записи с мест событий и происшествий заметно обогащают информационное поле журналистики, поэтому многие традиционные СМИ перешли к использованию user

generated content (например, Reuters, «Комсомольская правда», «5 канал»).

**Изменение роли профессиональных журналистов.** В условиях распространения user generated content журналист становится уже не столько создателем текстов, сколько редактором и организатором.

**Развитие медиаконвергенции.** Интернет-платформа в сочетании с видео-, аудио- и фотосервисами дает богатые возможности для объединения разных видов информации. Так, РИА «Новости» использует в своих сообщениях как тексты, так фотографии и видеосюжеты.

Однако появление Веб 2.0 в СМИ приносит и новые проблемы.

**Падение качества распространяемой информации.** Приход рядовых пользователей Интернета в информационную сферу снижает и без того не очень высокую достоверность информации в Сети. Если профессиональный журналист имеет определенные навыки в обращении с информацией, его деятельность сопряжена с профессиональной этикой, корпоративной ответственностью, то простой пользователь, как правило, лишен всех этих качеств. У него нет мотивации проверять информацию, соблюдать профессиональную этику и т. д.

Нередко публикации в «гражданских СМИ» становятся источником дезинформации, которую подхватывают затем и сайты традиционных изданий. Например, портал «Индимедиа» разместил в этом году информацию о том, что в городе Иркутске скинхедами якобы была убита 16-летняя девушка. Историю, которая оказалась выдумкой, пересказали крупнейшие российские СМИ: «Газета.Ру», Newsru.com, портал «Сова», «Эхо Москвы», «Аргументы и факты».

**Несовершенство законодательной базы.** Появление «гражданской журналистики» ставит вопрос об ответственности авторов за создание и распространении информации, которая может нанести моральный и материальный ущерб обществу и конкретным физическим и юридическим лицам. В нашей стране уже несколько раз в судебном порядке с применением закона «О СМИ» решался вопрос об ответственности блогеров за публикации в своих интернет-дневниках. Проблема достаточно серьезная: с одной стороны, блог — это средство индивидуального самовыражения, с другой — его читателями могут быть десятки тысяч человек. Современная законодательная база пока не дает ответа на вопросы, которые ставит жизнь. На момент написания статьи в Госдуме внесен законопроект поправок к ФЗ «О СМИ», определяющий положение интернет-СМИ. Согласно ему, «Интернет-ресурсы, которые не занимаются профессиональной журналистской деятельностью, например, интернет-магазины, интернет-справочные, чаты, онлайн-конференции, личные блоги, социальные сети, сайты знакомств, клубы по

---

<sup>6</sup> Демина Ю., Дмитриева Е. Интернет-СМИ признали. И внесли в закон / Ю. Демина, Е. Дмитриева (<http://www.rbcdaily.ru/2008/10/29/media/388152>).

интересам и прочее исключаются из определения»<sup>6</sup> интернет-СМИ.

**Ослабление социального контроля.** Новые СМИ постепенно лишаются функции социального контроля, присущей традиционным массмедиа. Социальные сети, декларируя возможность полной свободы пользователя, тем самым отказываются от какого-либо целенаправленного формирования общественного мнения. То мнение, которое формируется самими сообществами, достаточно неустойчивое и не обладает реальной силой воздействия на социальные институты. Создается впечатление, что выступления в блогах, дискуссии и полемики в сообществах являются в большей степени компенсацией, «выпуском пара», чем реальным воздействием на общественную жизнь.

**Трудность монетизации контента.** Под этим выражением в интернет-маркетинге подразумеваются варианты извлечения прибыли. На сегодняшний день в интернет-журналистике существуют два пути: реклама и платные услуги.

Что касается интернет-рекламы, то ее рост в 2007 году заставил рекламодателей пересмотреть свое поначалу скептическое отношение к этому медиаканалу. Рост интернет-рекламы в России в 2007 году составил 92 % и в дальнейшем ожидалось сохранение той же тенденции: аудитория росла (во многом за счет именно социальных сетей), другие каналы распространения рекламы становились менее доступными (ТВ) и менее эффективными (газеты). Однако, как ни парадоксально, именно в силу непропорционально большого увеличения российской интернет-аудитории в следующем году расценки на рекламу на российских интернет-сайтах останутся на уровне нынешнего или даже снизятся на 1020 %: около половины рекламных площадок остаются нераспроданными<sup>7</sup>.

Введение платных сервисов в сетях, которые изначально были бесплатными сопряжено с сильным сопротивлением пользователей. С этим уже столкнулся проект Livejournal, попытавшийся отменить базовые аккаунты.

Необходимость профессионально создаваемого контента. На сегодняшний день ни один проект не может заменить деятельность профессиональных журналистов. Обществу требуется (и, очевидно, всегда будет требоваться) точная информация и профессиональная аналитика, которые вряд ли в силах предоставлять «гражданские» журналисты.

Итак, говорить о полном переходе интернет-коммуникации в Веб 2.0 не приходится. Хотя новая концепция является популярной и востребованной, есть достаточно много факторов, которые ограничивают ее распространение и открывают перед интернет-СМИ различные варианты развития.

---

<sup>7</sup> Соболев С. Интернет реклама близка к нулю / С. Соболев (<http://www.kommersant.ru/doc.aspx?docsid=1048934>).

## Репрезентации мифологемы Хаоса на текстуальном пространстве журнала «Современные записки» (на примере тетралогии М. Алданова «Мыслитель»)

Значительная (и даже претендующая на приоритетное положение) часть текстуального пространства крупнейшего литературно-художественного и общественно-политического журнала русской эмиграции «Современные записки» (1920—1940) отводится на раскрытие проблемно-тематического комплекса *русской революции*, причем прямая интеграция этого комплекса в это пространство проходит в рамках публицистического дискурса. Непосредственное описание революционных событий в России начала XX века наблюдается и в рамках дискурса *художественного* (романы «Няня из Москвы» И. Шмелева, «Бегство» М. Алданова, «Сивцев Вражек» М. Осоргина, рассказы А. Ремизова и др.), но нас в первую очередь будет интересовать область *репрезентаций* указанного комплекса — те условия, при которых его символическая редукция становится обратно пропорциональной расширению его смысловых границ. Это позволит подойти к решению нашей «сверхзадачи», заключающейся в возможности представить текстуальное пространство журнала как единое семантически связанное поле, условно обозначенное нами как *русский текст* «Современных записок».

Мифопоэтический характер этих репрезентаций подразумевает следование логике механизма «классического» космогенеза — облигаторной смене *Космоса Хаосом*, ожидание и предчувствие наступления которого становится обязательным аккомпанементом русского «кризисного» культурного сознания начиная с середины XIX века. Дополнительную прозрачность этот процесс обретает в рамках постреволюционной ментальности, в частности, эмигрантской, получая неизбежное отражение в «прецедентных» текстах русского зарубежья. Важно понять, что мы не ставим целью *однозначно* и окончательно определить отношение «Современных записок» к русской революции — в условиях принципиальной политекстуальности журнального пространства это сделать невозможно. Но возможно — с учетом *общей* антибольшевистской политики издания — найти то *общее*, что объединяет большую часть журнальных текстов, что позволяет отвести каждому из них определенное место в кажущейся бессмысленной и хаотичной картине. Беспорядочность эта остается явной лишь до тех пор, пока не найдены принципы структуризации семантически маркированных элементов не выявленного *целого*, не обнару-

жены закономерности построения и смыслового наполнения *общей модели*, обеспечивающей этому целому семиотический гомеостазис.

Если в художественных текстах «Современных записок», тематически ориентированных на описание дореволюционной жизни воспроизводилась модель *русского Космоса*, то в текстах, рисующих (пост)революционную российскую действительность, конституируется модель, обеспечивающая качественную репрезентативность *мифологемы Хаоса*. При этом важно уяснить, что амплитуда данных репрезентаций настолько широка, что, как увидим, позволяет включать в свое семантическое поле и те тексты, тематический рисунок которых не напрямую соотнесен с русскими революционными событиями. В особых условиях контекстуального прочтения журнальных текстов, в условиях их инкорпорации в семантическое поле *русского текста* «Современных записок», их следования логике «эмигрантского мифа» становится возможным отнесение к «революционному дискурсу» произведений, казалось бы, лишь имплицитно раскрывающих соответствующую тематику, но в то же время в полной мере отражающих особенности кризисного сознания.

«Революционная» тематика оказывается тем самым же *общей эсхатологической* и *апокалиптической* интенциональности целого ряда «кризисных» текстов «Современных записок», в каждом из которых *мифологема Хаоса* получает свое сигнификативное комплектование. Если *тема* русской революции представляет собой лишь сегмент тематической палитры художественного дискурса журнала, то ее *проблематика* — и этот процесс становится еще более интенсивным благодаря контекстуальному приращению соответствующих значений — распространяется на максимально широкий спектр текстов. В результате мы получаем уникальную возможность (ре)конструкции картины и мифологизации русской революции в рамках эмигрантской культуры и ее интеграции в общий кряж мифопоэтических представлений о смене *Космоса Хаосом*. Ярким примером возникающих на этом стыке *исторического* и *мифологического* «синтетических» образований выступают историсофские эскизы М. Алданова, привносящие на пространство «русского текста» новые и крайне важные смыслы.

Творческая судьба М.А. Алданова (М.А. Ландау), как никакого другого, пожалуй, сотрудника, была очень тесно связана с «Современными записками». Опубликованный на страницах этого издания небольшой роман «Святая Елена, маленький остров» («Современные записки». — 1921. — № 3-4) не только стал дебютным для Алданова как беллетриста, но и принес писателю известность как талантливому историческому романисту. В дальнейшем здесь увидели свет все крупнейшие художественные произведения Алданова, написанные до его отъезда в Америку, — романы «Девятое термидора» (1921-1922. — №№ 7-9, 11, 13), «Чертов мост» (1924-1925. — №№ 21,23,25),



«Заговор» (1926-1927. — №№ 28-32), «Ключ» (1928-1929. — №№ 35, 36, 38-40), «Бегство» (1930-1931. — №№ 43-46), «Пещера» (1932-1935. — №№ 50, 51, 54-57) и «Начало конца» (1936-1940. — №№ 62, 63, 65, 66, 68-70), а также ряд рассказов, статей, рецензий и исторических очерков. О близости Алданова к «Современным запискам» говорит и тот факт, что именно он был инициатором возобновления выхода журнала после его закрытия в 1940 году, но уже в Америке и под другим названием — «Новый журнал». Кроме того, его близость «Современным запискам», по мнению авторитетного исследователя, «была предопределена в первую очередь совпадением общего его писательского своеобразия с той линией, на которую ориентировались «Современные записки». <...> Свобода от политической ангажированности при общей ориентации на либеральную систему ценностей, прекрасное знание исторического материала, соединение острозюжетности (делавшей романы Алданова широко читаемыми, в том числе и в переводах на иностранные языки) с отличным пониманием сути исторических и социальных событий и закономерностей, стоявших в центре повествования, делали его творчество особенно близким журналу»<sup>1</sup>.

На наш взгляд, не только и не столько перечисленные Н. Богомоловым черты алдановской поэтики делали прозу писателя органичной не просто манифестациям редакции, а именно *русскому тексту* «Современных записок», — да и «свободу от политической ангажированности» и «ориентацию на либеральную систему ценностей» трудно найти, скажем, в произведениях тех же И. Бунина, И. Шмелева и Д. Мережковского, широко представленных на страницах журнала. Интеграция романов Алданова в *русский текст* издания главным образом происходит в парадигме такого специфического понятия, как «ужас истории», адекватная интерпретации которого — в свою очередь — невозможна без учета своеобразия *философии истории* М. Алданова.

Писатель считал, что не существует никаких законов истории, а история представляет собой цепь трагических случайностей. «С его точки зрения, причинность в историческом процессе существует, но вместо единой цепи причин и следствий следует искать бесконечное множество независимых одна от другой цепей. В каждой отдельно взятой последующее звено зависит от предыдущего, но в скрещении цепей необходимость и предопределенность отсутствует — вот почему совершенно бесполезное занятие делать исторические прогнозы: они никогда и никому не удавались»<sup>2</sup>. Поэтому и Октябрьский

---

<sup>1</sup> Богомолов Н.А. «Современные записки» / Н.А. Богомолов // Литературная энциклопедия русского зарубежья: 1918 — 1940. — Т.2. — Периодика и литературные центры. — РОССПЭН, 2000. — С.447.

<sup>2</sup> Чернышев А. Гуманист, не верящий в прогресс / М.А. Алданов // Собр. соч.: В 6 т. — Т. 1. — М.: Изд-во «Правда», 1991. — С. 14—15.

переворот, полагает Алданов, есть ничто иное, как цепь случайностей, которая привела к очередной исторической катастрофе: «Если бы меня спросили, какова главная социологическая особенность октябрьского переворота, то я без колебания ответил бы: она заключается в том, что он противоречит всем «законам истории», а также всем философско-историческим учениям, в особенности же тому, которое проповедовалось его вождями»<sup>3</sup>. Собственно, эти весьма далекие от идей исторического детерминизма соображения и легли в основу большинства беллетристических книг Алданова. И анализировать их поэтику — в первую очередь *контекстуальную журнальную поэтику* — без учета историко-философских воззрений писателя абсолютно невозможно: характерология, система мотивировок, сюжетная структура этих произведений подчиняются прежде всего алдановской философии истории.

Таким образом, все романы Алданова связывает взгляд на *историю как бессмысленный хаос*, лишенный строгих закономерностей, оправдывающих или объясняющих социальные катаклизмы, прежде всего войны и революции. Этот взгляд есть частное выражение общего чувства «ужаса истории», который, по мысли М. Элиаде, стал испытывать современный человек, оказавшийся вне традиционной мифологической ментальной парадигмы и понимающий, что ни одна из исторических концепций не в силах проблему *зла Истории*. «Для нас, — пишет М. Элиаде, — важен лишь один вопрос: как можно вынести «ужас истории», стоя на точке зрения историцизма? Оправдывая историческое событие тем простым фактом, что оно *так произошло*, нелегко будет освободить человечество от ужаса, который это событие внушает. Уточним, что речь идет не о проблеме зла, которая — под каким углом зрения ее ни рассматривай — остается проблемой философской и религиозной, *речь идет о проблеме истории как таковой* (курсив наш. — А.М.), о «зле», связанном не с природой человека, а с его деятельностью. Хотелось бы, например, знать, как можно выносить и оправдывать мучения и исчезновение стольких народов, страдающих и исчезающих по одной простой причине — что они оказались на пути истории, что они являются соседями империй, переживающих процесс постоянной экспансии, и т.д. <...> А в наши дни, когда никому не дано избежать давления истории, как мог бы человек переносить катастрофы и «ужасы истории» - от депортаций и массовых убийств до атомной бомбардировки, - если бы за ними невозможно было почувствовать никакого знака, никакого трансисторического замысла, если бы все они являются ничем иным, как слепой игрой экономических, социальных или политических сил, или, еще хуже, следствием «свобод», которыми меньшинство владеет и своекорыстно пользуется прямо на глазах у истории?» <...> ни одна из исторических

---

<sup>3</sup> Алданов М.А. Собр. соч.: В 6 т. — Т. 6. М.: Изд-во «Правда», 1991. — С. 267.

философий не в состоянии защитить от страха перед историей»<sup>4</sup>. Констатация этого бессилия историзма и бессмысленности Истории, представляющей собой лишь «игру слепого случая», отчетливая декларация *метаисторических* основ «исторического» процесса, попытка инкорпорировать в него элементы *мифологической* картины мира (в частности, такой немаловажный элемент, как циклическая концепция «вечного возвращения» проходит через все романы Алданова, опубликованные на страницах «Современных записок».

Первые четыре из них Алданов впоследствии объединил в единую тетралогию под общим названием «Мыслитель», повествующую о событиях времен Великой французской революции и наполеоновских войн. Действие всех четырех произведений охватывает наиболее драматичные события европейской и русской истории с 1793 по 1821 годы. В «Девятом термидора» Алданов художественно интерпретирует историю знаменитого переворота; в центре романа «Чертов мост» — смерть Екатерины II и переход Суворова через Альпы; в романе «Заговор» рассказана история убийства Павла I. Роман «Святая Елена, маленький остров», где писатель рисует последние дни ссыльного французского императора, событийно завершает, таким образом, весь цикл в целом.

«Изолированное» прочтение этих романов практически не предполагает наличия дополнительных коннотаций, но их включение в «русский текст» «Современных записок» позволяет — в этих принципиально иных герменевтических условиях — прочесть алдановский цикл как произведение о «революциях вообще», об их смысле, истоках, природе и результате. И в основание этой герменевтической процедуры кладется один из обязательных принципов конструирования мифа — *обращение к прошлому* для объяснения настоящего и будущего — таков один из постулатов любой социально-политической мифологии. Одним из первых на то, что миф представляет собой язык, использующий особую темпоральную систему, указал основатель структурализма К. Леви-Строс. В «Структурной антропологии» он делает очень важное замечание, словно объясняя при этом и алдановское обращение к Великой французской революции: «Миф всегда относится к событиям прошлого: «до сотворения мира», или «в начале времен» — во всяком случае, «давным-давно». Но значение мифа состоит в том, что эти события, имевшие место в определенный момент времени, *существуют вне времени. Миф объясняет в равной мере как прошлое, так и настоящее и будущее.* Чтобы понять эту многоплановость, лежащую в основе мифов, обратимся к сравнению. *Ничто не напоминает так мифологию, как политическая идеология. Быть может, в нашем современном обществе последняя просто заменяет первую. И так, что делает историк, когда он упоминает о Великой французской*

---

<sup>4</sup> Элиаде М. Космос и история. Избранные работы. — М.: Прогресс, 1987. — С. 134–135; 141.

революции? Он ссылается на целый ряд прошедших событий, определенные последствия которых, безусловно, ощущаются и нами, хотя они дошли до нас через целый ряд промежуточных необратимых событий. Но для политика и для тех, кто его слушает, французская революция соотносится с другой стороной действительности: *эта последовательность прошлых событий остается схемой, сохраняющей свою жизненность и позволяющей объяснить общественное устройство современной Франции, его противоречия и предугадать пути его развития*» (курсив наш. — А.М.)<sup>5</sup>.

Таким образом, по мысли К. Леви-Строса, обязательным условием функционирования мифа является *отсылка к культурному или историческому прецеденту*. Последнее прежде всего относится к культивированию современного социального мифа, и если традиционная мифология предполагает «вечное возвращение» к утраченным Истокам (М. Элиаде), то вхождение в Историю (К.Ясперс) делает неизбежным периодическое обращение к историческим прецедентам и целым историческим архетипам.

На эту связь, целостность прошлого, настоящего и будущего указывает прежде всего *символика* тетралогии Алданова, играющая, на наш взгляд, ведущую роль среди прочих элементов поэтики романов. Главный, обобщающий авторскую историософию символ *хаоса Истории* — это дьявол, демон, один из химер Собора Парижской Богоматери, показывающий язык тщетно копошащемуся внизу людскому муравейнику. Он сидит, подперев голову лапами, — поэтому Алданов и зовет его «Мыслителем», сделав это имя заглавием всего романного цикла. Значение этого символа для тетралогии и понимания истории Алдановым подчеркивали уже первые критики. Так, на страницах «Звена» в статье «Мыслитель (по поводу «Заговора» М.А. Алданова)» М. Кантор писал, что лишь после публикации «Заговора» «вполне раскрывается значение странной вступительной главы к «Девятому Термидора». *Le diable-penseur* на Соборе Парижской Богоматери, устремляющий свой бездушный взор в сторону, где копошатся люди в отвратительной возне, — это Дьявол-Мыслитель, которого «не создал бы добрый католик», есть символ жестокой, бессмысленной силы, управляющей и судьбою отдельного человека, и ходом всемирной истории» (Звено. — 1927. — №5. — С.257). Об этом же говорит и Б. Каменецкий (псевдоним крупнейшего русского критика Ю. Айхенвальда) в газете «Руть»: «Символически высится на Соборе парижской Богоматери знаменитая химера Мыслителя... Это — дьявол-мыслитель. Если ОН — патрон мысли, то может ли история не быть бессмыслицей? О «дьявольском водевиле» говорил Достоевский. И особенно бессмыслица на протяжении истории оказывалась именно там, где люди сознательно хотели воплотить мысль, насадить разум. На почве

---

<sup>5</sup> Леви-Строс К. Структурная антропология. — М.: Наука, 1985. — С. 186.

рационализма лучше всего разрастается чертополох иррациональности» (Руль. — 1923. — 1 апр.). Как центральный символ тетралогии Мыслителя интерпретировали и авторы солидных современных монографических исследований об Алданове: «Мыслитель этот, центральный символ цикла, — *diable-penseur*, облокотившаяся на вершине собора Парижской богоматери статуя мелкого беса, который смотрит высунув язык на все, что творится внизу»<sup>6</sup>.

Американский исследователь совершенно не случайно говорит именно о «мелком бесе» — тем самым символика «Мыслителя» абсолютно справедливо позиционируется по отношению к средневековой эпистеме с ее макабрической семантикой и подчеркивается ее генетическая связь с эстетикой серебряного века русской литературы, в частности, символизма (аллюзия на роман Ф. Сологуба и — через Достоевского — на эстетику раннего романтизма более чем прозрачна). Но вместе с тем, включение этого центрального символа тетралогии в смысловое пространство *русского текста* «Современных записок», активизирует совершенно определенные коды и в качестве структурообразующей в образе начинает выступать именно семантика *искушения*, хотя в целом оппозиция *Бог/дьявол* как репрезентант более широкой оппозиции *добро/зло* (*Космос/Хаос*) на пространстве *русского текста* журнала представлена очень широко. (Пост)романтическая метафора беса-искусителя для культуры русского зарубежья первой волны оказалась весьма органичной, видимо, понимание русской революции в конспирологическом ключе — как *заговора* — наложило свой отпечаток и на семантику художественных (мифологических) образов. На текстуальном пространстве «Современных записок» сконцентрированы тексты, в которых инвариантная символическая фигура *дьявола* репрезентирована именно его тентатическими коррелятами — фигурой *трикстера* в романах В. Набокова и фигурой *Антихриста* в текстах Д. Мережковского. И если Набоков прибегает к этому образу для моделирования — разумеется, в герменевтических условиях функционирования структур *русского текста* «Современных записок» — субъектно-объектных отношений в тоталитарном обществе, а Мережковский для иллюстрации извечного противостояния двух онтологических начал в Истории, то Алданов создает образ, характерологически максимально близкий, к примеру, булгаковскому Воланду — образ Мефистофеля, с саркастической усмешкой наблюдающего на все новые акта все той же печальной комедии.

Впервые этот образ демона встречается в финале первого по времени написания романа тетралогии (в цикле он стоит последним) «Святая Елена,

---

<sup>6</sup> Алданов М.А. Жизнь и творчество // Русская литература в эмиграции. Сборник статей под ред. Н. Полторацкого. — Питтсбург: Отдел славянских языков и литератур Питтсбургского университета, 1972. — С. 99.

маленький остров», и, что примечательно, здесь он инкрустирует описание именно революционных событий, воспоминание о которых всплывают в сознании умирающего Наполеона: «Он хорошо знал этот страшный средневековый собор. Помнил его запущенным, опустошенным, грязным, каким он был в революционные годы: внутри веселилась чернь, темные вековые стены осыпались, статуи наверху повреждены и разбиты. На крыше у подножья правой башни виднелась одна такая фигура, - дьявол с горбатым носом, с хилыми руками, с высунутым над звериной губой языком... Зачем там был дьявол? Или он был не там?..»<sup>7</sup>. По Алданову, хитрый дьявол был *не только «там»*. Этот образ становится в творчестве писателя всеобъемлющим *символом*, символом людского бессилия перед *хаосом Истории*, не имеющей ни цели, ни прочных оснований. Алданов неслучайно «доверяет» свои размышления о «бесах революции» именно Наполеону. Этот образ у Алданова далек как от идеализации, так и от «десакрализации» (как, например, у Л. Толстого) — перед нами уставший человек, подводящий итоги своей внешне блестяще, но внутренне противоречивой и сложной судьбы. Характерно, что император в конце жизни дает философскую оценку главному событию в своей жизни — революции, и понимает, что *всякая революция бессцельна и бессмысленна точно так же, как и сама История*: « — Да, революция — страшная вещь, — заговорил он снова. — Но она большая сила, так как велика ненависть бедняка к богачу... Революция всегда ведь делается ради бедных, а бедные-то от нее страдают больше всех других. <...> Я наблюдал революцию вблизи и потому ее ненавижу, хотя она меня родила. Порядок — величайшее благо общества. Кто не жил у нас в 1794 году, кто не видел резни, террора и голода, тот не может понять, что я сделал для Франции. Все мои победы не стоят усмирения революции... Так далеко вперед, как я в ту пору, никто никогда не заглядывал. А понимаете ли вы, что такое значит в политике заглядывать вперед? О прошлом говорят дураки, умные люди разговаривают о настоящем, о будущем толкуют сумасшедшие... Смелый человек обыкновенно пренебрегает будущим. Впоследствии я редко заглядывал вперед больше чем на три или четыре месяца. Я узнал на опыте, насколько величайшие в мире события зависят от его величества — случая... » (Современные записки. — 1921. — № 4. — С. 62).

Насколько эти и подобные мысли были близки авторской позиции самого Алданова (некоторые критики даже говорили о чрезмерной публицистичности его романов), можно судить по многочисленным рассуждениям «сквозного» для всего цикла и характерного для алдановского творчества в целом «героя-резонера» Пьера Ламора. Это старый философствующий бессребренник, образ

---

<sup>7</sup> Алданов М.А. Собр. соч.: В 6 т. — Т. 2. М.: Изд-во «Правда», 1991. — С. 384.

которого можно расценивать как alter ego самого автора. Его имя тоже весьма символично — *la mort* по-французски означает «смерть», что само по себе коррелирует с семантикой слова «дьявол» и, в частности, с символом *Мыслителя*. Поэтому неудивительно, что именно Ламор высказывает близкие автору мысли о неизменности человеческой природы и тщетности общественных переустройств, а его рассуждения о Великой французской революции в романе «Чертов мост» с легкостью можно было бы отнести к революции русской: «Революционное правительство делает то же самое, но уж очень гнусно это у него выходит. И так во всем: тот же старый режим, только гораздо грубее, обнаженнее, безобразнее... Я видал прежних правителей вблизи и знаю им цену. Мы жили худо, но все же не так гнусно, как живем теперь. На самом деле жизнь была, в общем, гораздо ярче до революции. Нет ничего бледнее и беднее, чем революция. Ничто так не суживает душу, ничто так не извращает разум... <...> Якобинские идеи не хуже других политических идей — они тоже могут увлечь лавочника... Нет, я ненавижу всех этих господ не мозгом — скорее, нервами кожи... Я презираю их, презираю их язык, их обращение, жизнь, которую они создали, их хваленую *новую жизнь*... » (Современные записки. — 1924. — № 21. — С. 96-97).

Символический образ Мыслителя как *беса Истории* проходит через все романы алдановского цикла. К примеру, он композиционно обрамляет и семантически насыщает роман «Девятое термидора», в котором звучит та же мысль о бессмысленности, противоречивости и нравственной ущербности революционной деятельности. Мыслитель обуславливает и кольцевую композицию романа: в начале, только что созданный руками неведомого средневекового ваятеля, он показывается читателю глазами молодого киевлянина, приехавшего учиться в Париж; и в конце, когда на химеру сотни лет спустя смотрит еще один сквозной персонаж алдановского цикла — молодой авантюрист Юлий Штааль. Молодой человек, стоя на вершине Собора, размышляет над разворачивающимися во Франции революционными событиями и тщетно пытается понять «иронию исторической судьбы», в частности, смысл «робеспьеровской добродетели, ради которой лилась потоками кровь»: «Но кто же, кто же был прав, где смысл кровавой драмы? Или смысл именно в том, что совершенно нет смысла?» Штааль верит, что этого «глубокого и вечного» смысла «жизни, истории и революции» не может не быть: «нет, того не может быть, — сказал себе Штааль. — Не может быть! Я молод, я мало знаю! Далеко ли я ушел по пути великого Декарта? Я еще не понял ни жизни, ни истории, ни революции. Смысл должен быть, смысл глубокий и вечный. Мудрость столетий откроется мне позднее... Я пойду в мир искать ее!» Он быстро повернулся, чтобы сейчас же идти в мир... »<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Алданов М.А. Собр. соч.: В 6 т. — Т. 1. М.: Изд-во «Правда», 1991. — С. 316.

Но настоящий ответ на его вопрос и иронично поданное горячее стремление молодого человека «идти в мир» и искать «глубокий и вечный» смысл истории и революции дает сам Алданов, в следующей строке останавливая взгляд читателя на фигуре, незамеченной взглядом романтично настроенного персонажа: «В двух шагах от него на перилах сидело каменное чудовище. Опустив голову на худые руки, наклонив низкую шею, покрытую черной тенью крыльев, раздувая ноздри горбатого носа, высунув язык над прямой звериной губою, бездушными, глубоко засевшими глазами в пропасть, где копошились люди, темный, рогатый и страшный, смотрел *Мыслитель*»<sup>9</sup>.

К образу Мыслителя, констатирующего хаос Истории и бессмысленности людской — прежде всего революционной — суеты, примыкает у Алданова и сквозной символический образ книги пророка *Экклизиаста*, текст которой читает аббат Виньяли над телом мертвого Наполеона и лейтмотив которой — «все суета сует» — лежит в основе алдановского мировоззрения: «Аббат взял со стола свою Библию, нарочно им забытую там несколько дней тому назад, — книга лежала раскрытой, — и стал читать. «Всему и всем — одно: одна участь праведнику и нечестивому, доброму и злему, чистому и нечистому, приносящему жертву и не приносящему жертвы; так добродетельному, так и грешнику, как клянущемуся, так и боящемуся клятвы». «Это-то и худо во всем, что делается под солнцем, что одна участь всем, и сердце сынов человеческих исполнено зла, и безумие в сердце их, в жизни их; а после того они отходят к умершим». <...> «И обратился я и видел под солнцем, что не проворным достается успешный бег, не храбрым — победа, не мудрым — хлеб, и не у разумных — богатство, и не искусным — благорасположение, но время и случай для всех их»... » (Современные записки. — 1921. — № 4. — С. 83).

Ясно видно, что Алданов в тетралогии констатирует «время и случай» для величайших исторических катастроф, но это не значит (и об этом писатель прямо заявляет в своей программной книге «Ульмская ночь»), что «хаос Истории» непреодолим и фатален — о возможном спасении говорят не только «охранительные» символы тетралогии, но и прямые публицистические пассажи, опять «отданные» авторскому alter ego — Пьеру Ламору. Так, в одном из своих программных монологов, посвященных бессилию демократии перед лицом революционного хаоса, алдановский легат указывает на единственный оставшийся выход из ситуации — спасение остатков культуры: «Никто не верит Директории, никто не верит в демократию. Какая уж демократия, когда исчезла у людей последняя тень уважения друг к другу! Наверху у правителей круговая порука пролитой крови, бесчисленных преступлений. Внизу в обществе круговая порука трусости, угодничества, лицемерия. Каждый знает все о

---

<sup>9</sup> Алданов М.А. Собр. соч.: В 6 т. — Т. 1. М.: Изд-во «Правда», 1991. — С. 316.



других. Все узнали цену друг другу. Возьмите нашу молодежь, она уважает только силу. <...> Моральный багаж растерян. <...> Поймите, теперь есть только одна задача, сколько-нибудь стоящая усилий: надо спасти остатки французской культуры... » (Современные записки. — 1924. — № 21. — С.104).

Как мы хорошо помним, именно в *спасении русской культуры* видели свою основную миссию и создатели «Современных записок», поставив эту задачу в основу программы издания. Насколько эта идея была интегрирована на пространство «русского текста» журнала (и разворачивалась она, разумеется, в первую очередь в рамках публицистического дискурса), свидетельствуют прежде всего многочисленные статьи ведущего сотрудника журнала, крупнейшего русского философа и богослова Г.Федотова. Например, в ставшем «прецедентным» сегодня цикле статей «Проблемы будущей России» (Современные записки. — 1931. — №№ 43, 45-46) Федотов говорит о возрождении русской национальной культуры как о главной задаче ближайшего будущего, решение которой позволит преодолеть ужасающую духовную деградацию, порожденную — и здесь Федотов солидаризуется с рассуждениями Алданова-Ламора — революцией. Причем, как и в случае с Алдановым, Федотов ставит эту проблему в рамках оппозиции *Космос/Хаос (порядок/стихия)*: «Мы говорим, конечно, лишь об энергии духовной культуры. Только здесь может идти речь об обмелении. Для хозяйственников и техников силы найдутся. Найдутся они, можно верить, и для чисто духовного (внекультурного) творчества, обладающего способностью постоянного самовоспроизведения. Но тема духовной культуры ставит особые проблемы — для России всегда мучительные. Как *духовная* культура, она движется приливами подземных вод, лишь отчасти и редко связанных с надземным неистовством стихий. Как *культура*, она всегда хозяйство: строй, лад, согласие — над хаосом и стихией. Она всегда аполитична, хотя бы все подлинно ценное в ней притекало из откровений ночных мистерий. Пьяный Богом дикарь не творит культуры: он убивает Бога и ест его плоть. Для культуры существенны: творческая аскеза, учительство, предание, иерархия. Учительство и ученичество возможны лишь при различии уровней и уважении к нему. Действительно осуществленное — или мнимо утверждаемое — духовное равенство делает невозможным движение: движение вод зависит от разницы уровней. <...> Большевизм сознательно поставил своей задачей нивелирование культуры, и в этом преуспел, как ни в чем. Подъем народных масс сопровождался закрытием для них источников высшей культуры. В мире еще не было опыта подобного обезглавливания целой нации. Это ставит перед русским национальным возрождением совершенно особую задачу, обозначаемую нами как организация культуры. Сама постановка этой задачи требует оправдания. <...> Культура, как высшая форма творчества, прежде всего нуждается в

свободе. <...> Как в сфере хозяйства, так и в сфере культуры ликвидация коммунизма есть, прежде всего, освобождение. И, однако, проблема организации существует. Ее необходимость вытекает из двух основных и трагических фактов большевистской диктатуры:

- 1) Уничтожения старого образованного класса в России.
- 2) Искусственной выгонки целого поколения в марксистском парнике.

Организация русской культуры означает поэтому:

- 1) Воссоздание культурного слоя.
- 2) Выпрямление духовного вывиха *целой нации*» (Современные записки. — 1931. — № 43. — С. 406-407).

Т.е. в результате включенности тетралогии Алданова в текстуальное пространство «Современных записок», в результате корреляции семантики ее образов со смысловыми конструкциями *русского текста* издания можно с уверенностью говорить об активизации механизма переноса идейно-образного потенциала изображения писателем французской революции на *революцию русскую*. В случае использования этих герменевтических процедур мы получаем систему *трансферов*, в рамках которой русская революция — очередной раз на пространстве *русского текста* «Современных записок» — включается в принципиально *апокалиптическую картину мира*, в парадигме Алданов предчувствует и предрекает будущие мировые катастрофы, порожденные прошлыми трагическими «истоками», и одновременно вписывает их в общую картину *эсхатологии Истории*. Современной цивилизации суждено погибнуть, по мысли Алданова, в силу победы неотвратимо набирающих силу зла, хаоса и разрушения. В этой мысли писатель не был одинок ни в мировой литературе и философии, ни в «русском тексте» «Современных записок». Эту же символику *Апокалипсиса* (символы *Потопа*, *Пожара*, *Креста* и т.д.) на страницах журнала использовал и Д.С. Мережковский («Тайна Трех», «Мессия», «Тутанкамон на Крите», «Атлантида — Европа» и др.) для проведения параллелей между прошлым, настоящим и возможным будущим человечества в целом и России в частности. Тем самым герменевтика символики *русского текста* в художественном дискурсе «Современных записок» наглядно демонстрирует нам семантическое единство текста журнала на его различных уровнях.

## Образование и журналистика: опыт и перемены

В современном мире знания и образование востребованы как важнейший фактор развития и прогресса. Именно образование сегодня определяет положение человека в обществе и статус нации в мире. Способность страны сохранить свою независимость в международных отношениях и быть «конкурентоспособной» в экономическом, социальном и культурном плане все больше ставится в прямую зависимость от качества и размаха образовательной политики и уровня образования населения.

Сегодня российская система образования стоит перед необходимостью глобальных преобразований. Прежде всего, изменилась сама среда, в которой она функционирует, современная экономика предъявляет новые требования к специалистам, рождается новый спрос на качество подготовки, меняются представления о формах и методах передачи знаний. 29 августа 2001 года на четвертом заседании Государственного Совета РФ было заявлено: образование существенно отстает от современных требований и потому нуждается в глобальной модернизации, жизненно необходимой для страны. Совершенно очевидно, что сегодня российское образование находится на переломном этапе своего развития. Перед ним стоит много вопросов, ответы на которые необходимо искать всем обществом, и не последнюю (если не сказать одну из главных ролей) в этом должны играть СМИ. Ясно осознавая это, всё же хочется отметить негативную, на наш взгляд, тенденцию, когда на российскую почву необдуманно переносится зарубежный опыт и при этом зачастую игнорируются достижения отечественного образования\*. Думается, принцип преемственности никто не отменял. Ориентация на передовую Европу похвальна, но вряд ли разумно при этом не видеть своего — национального, столетиями копившегося — «багажа». Порой, чтобы определиться в каком направлении двигаться дальше, полезно бывает оглянуться назад...

---

\* Как остроумно заметил известный журналист Дмитрий Быков в своём памфлете, посвящённом проведению различных реформ в нашей стране, «российским колонизаторам обычно невдомёк, что азиатское насаждение европейских ценностей обесценивает их на корню; но с другой стороны — как и внедрять новые ценности в стране, где любые перемены, от идеологических до климатических, достигаются исключительно натиском сверху». И далее — о повторении в гротескном и выхолащенном виде некоторых начинаний: «Так всегда бывает у нас на этапе подмораживания, когда содержание реформ выхолащивается начисто, а жестокость удваивается. У реформатора есть цель, у постреформатора — только страстное желание укрепить дисциплину... ради чистого доминирования». — Быков Д. *Перманентная Россия* / Д. Быков // *Известия*. — 2006. — 5 нояб. — С. 6.

Начальным этапом формирования российской образовательной системы следует считать появление и распространение восточно-славянской письменности. Это был ответ на потребность общества оформлять договора, завещания, торговые сделки и т.п. Мощным стимулом для развития образования в стране стало введение христианства. Княжеская власть осознала потребность в грамотных людях, необходимых для утверждения новой религии, укрепления власти, а также для решения хозяйственно-административных и юридических задач, развития международных связей. Одним из первых учебных заведений, о котором говорится в «Повести временных лет»<sup>1</sup> было «учение книжное», основанное князем Киевским Владимиром в 988 году. По мнению ряда ученых, например, историка Б.Д. Грекова<sup>2</sup>, оно было не просто школой грамотности, а являлось учебным заведением более высокого типа, где давались систематические знания. «Совершенно ясно, отмечает Греков, — что «учение книжное» — это не обучение грамоте, а школа, где преподавались науки, давалось серьезное по тому времени образование». Спустя два года, в 990 г., Владимир открыл в Корсуни еще две школы, одна из которых была предназначена для служителей церкви.

Еще большее распространение получает образование при сыне Владимире — Ярославле Мудром. По мнению ряда ученых, велев священникам построенной им церкви Святой Софии учить детей, правитель тем самым создал второе после «училища книжного» учебное заведение повышенного типа. Постепенно школы стали появляться в других городах государства — Киеве, Новгороде, Чернигове, Переяславле, Суздали, Владимире, Смоленске, Галиче, Курске и др.<sup>3</sup> Как не парадоксально, но на начальном этапе формирования отечественной системы образования большую роль в этом процессе сыграли церкви и монастыри, становившиеся поистине центрами образования.

Монголо-татарское нашествие нанесло страшный урон не только образованию, но культуре в целом, возрождение которой началось лишь в конце XIV века. И опять причина была во многом политической: борьба за объединение русских земель вокруг Москвы, становление Российского централизованного государства выявили потребность в образованных людях. Вновь воссоздаются школы при церквях, вместе с тем появляется новый тип учебных заведений — отдельные частные школы. В Москве в XV веке не было ни правительствен-

---

<sup>1</sup> Повесть временных лет. — (<http://hronos.km.ru/dokum/povest1.html>).

<sup>2</sup> См.: Греков Б. Д. Киевская Русь / Отв. ред. Л. В. Черепнин. — М.: Госполитиздат, 1953.

<sup>3</sup> Горев В.К. Первоначальный период просвещения и образования на Руси / История отечественного образования (IX-XIX в.) под общ. ред. проф. Д.М. Забродина. — М.: Исслед. центр проблем качества подготовки специалистов, 2002. — С. 27.

ных, ни общественных школ — только частные, причем в таком количестве, что желающим обучаться «даже не надо было их разыскивать». В этот же период школы появляются в сельской местности и даже в Сибири. Но в целом просвещение стояло еще на очень низкой ступени развития (в большинстве школ учили лишь письму и чтению). Естественно, такое положение дел не устраивало элиту того времени. Под их влиянием, а также под давлением объективных государственно-политических и экономических реалий, церкви и общество начинают уделять большое внимание развитию образования.

Пожалуй, впервые проблемы образования, уровня требований к учащимся, качества их подготовки привлекают внимание церкви и государства в середине XVI века. И в первую очередь церкви, которая в этот период времени была сильно озабочена распространением «ереси и невежества». Власть духовная и светская объединяют свои усилия в борьбе с этими недугами. В частности, в 1551 году под председательством Ивана Грозного состоялось заседание Стоглавого собора, решением которого фактически впервые в России определялись требования к учебным заведениям и уровню подготовки учащихся, или говоря современным языком, — стандарт подготовки учащихся. Первая попытка создания системы школьного образования провалилась по причине отсутствия учителей. Вместе с тем, требования, сформулированные Стоглавым собором, на протяжении длительного времени лежали в основе начального образования в стране. Кроме того, именно Собором было принято решение об открытии в Москве и во всех городах «Книжных училищ», что рассматривается исследователями как одна из попыток создания системы школьного образования<sup>4</sup>.

В XVII веке число школ в стране значительно увеличилось. Правда, по-прежнему они организовывались при церквях и приходах, не менялись традиции преподавания (по-прежнему обучали лишь чтению, письму, в ряде случаев — пению). Но во второй половине XVII века появляются заведения, обучение в которых уже не ограничивается данным набором предметов. Так, в школе при Заиконно-спасском монастыре, во главе которой стоял Симеон Полоцкий, изучали латынь, поэтику, логику, русскую грамматику, риторику, философию. В 1681 году была открыта школа при Печатном дворе, где учили славянскому и греческому языку. Это учебное заведение было интересно еще и тем, что одновременно являлось и начальной школой и училищем для подготовки печатников Печатного двора. То есть уже можно говорить о возникновении складывающегося профессионального образования.

Именно в XVII веке в российском обществе возникает мысль о высших учебных заведениях. Правда, еще Борис Годунов думал об организации не

---

<sup>4</sup> См.: Константинов Н.А., Струминский В.Я. Очерки по истории начального образования в России. — М.: Гос. уч. пед. издат., 1953.

только школ, но и университетов, где бы молодые люди обучались европейским языкам и наукам. Но тогда эта идея встретила яростное сопротивление Церкви, боявшейся проникновения ереси. К концу XVII века ситуация изменилась: мысль о создании высших учебных заведений все прочнее входит в сознание правителей и общественности. Так, в 1685 году появляется Московская Славяно-греко-латинская академия — первое образовательное заведение России, обладающее чертами высшего учебного заведения. Здесь преподавали грамматику, пистику, риторику, логику, физику, богословские науки и др.<sup>5</sup>

Строительство светской, утилитарно-профессиональной системы образования связано с именем Петра I. Начав модернизацию страны, государь понял, что нельзя поднять Россию до уровня развитых стран Европы, не обеспечив интеллектуальную и профессиональную поддержку проводимых реформ. Существовавшая в то время система образования не готовила людей, способных воплотить в жизнь самые смелые задумки царя-новатора. Необходимы были коренные преобразования учебных заведений страны, которые Петр и осуществил в свойственной (порой насильственной) ему манере. Именно в это время в России появились профессиональные заведения, образовательные школы, была создана Академия наук, и при ней первый в истории страны университет. Были предприняты некоторые шаги по развитию начального образования (создание во всех губерниях школ, получивших наименование цифирных). Таким образом, можно говорить о том, что в начале XVIII века в России сложилась трехступенчатая система образования: *начальное образование* (приходские, цифирные и епархиальные школы), *среднее образование* (навигационные, артиллерийские, инженерные и др. школы, первые гимназии, семинарии) и *высшее образование* (Славяно-греко-латинская Академия, Морская Академия, Университет при Академии наук). Однако в это время еще не было строгой последовательности и преемственности между различными ступенями образования, как не было и единого органа государственного управления в этой сфере. Тем не менее главным достижением реформ Петра стал всесословный характер образовательных учреждений, что способствовало просвещению и закладывало основы нового подхода к содержанию и качеству образования.

При первых наследниках Петра I, с одной стороны, сильно возросло влияние иностранцев в научных и образовательных учреждениях, а с другой, проявилось определенное равнодушие государственной власти к развитию образования. Редкие вновь создаваемые учебные заведения имели строго сословный характер<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> Высшее образование в России. Очерк истории. — М.: НИИВО, 1995.

<sup>6</sup> Горев В.К. Отечественное образование в XVIII веке, в период «Просвещенного абсолютизма» / История отечественного образования (IX-XIX в.) под общ. ред. проф. Д.М. Забродина. — М.: Исслед. центр проблем качества подготовки специалистов, 2002.

Положение в области образования начинает меняться после возведения на престол Елизаветы Петровны. Огромнейшим событием этого периода в образовательной, культурной жизни страны стало открытие в 1775 году Московского университета — фактически первого в стране высшего гражданского учебного заведения<sup>7</sup>. При Елизавете Петровне были также сделаны шаги по пути развития начального образования не только для дворянства, но и для других сословий; были объединены цифирные и гарнизонные школы, улучшено материальное положение начальных школ, облегчен доступ к учебе детям из непривилегированных слоев общества.

Во второй половине XVIII века, в эпоху «просвещенного абсолютизма», образование в России получило дальнейшее развитие. Расширяются контакты России с Францией и другими странами Западной Европы, распространяются в стране идеи французских просветителей, создается общеобразовательная светская система обучения при сословном характере учебных заведений, развивается женское образование (Общество для благородных девиц при Воскресенском (Смольном) монастыре, 1764 г.; такое же общество — для девиц мещанского сословия, 1765 г.). В конце XVIII в. при Екатерине II образовательная система, начавшая складываться в начале века при Петре, получает свое дальнейшее развитие и определенное завершение. В это время в стране уже насчитывалось около 550 различных учебных заведений, в том числе 400 народных училищ, свыше 60 духовных семинарий и школ и около 60 сословных закрытых учебных заведений.<sup>8</sup>

XIX в. — стал золотым веком русской культуры. Начало XIX века ознаменовалось образовательной реформой Александра I, завершившейся созданием целостной системы образования в России. 8 сентября 1802 года Александр I издал Манифест об учреждении Министерства народного просвещения, которое возглавил граф П.В. Завадовский. В последующие два года была проведена реорганизация центральных учебных учреждений и учебных округов, написаны уставы высших, средних и низших учебных заведений; был издан цензурный устав. Перед министерством стояла задача создать за короткий срок систему образования, отвечающую потребностям России.

В 1803 г. был подготовлен общий план учебной системы, в основу которого легли идеи светской общеобразовательной школы, необходимой для «нравственного образования граждан». По сути дела, именно 1803-1804 гг. стали временем проведения в России образовательной реформы, которая определила преемственность всех ступеней обучения, всесословность и бесплатность обучения.

---

<sup>7</sup> См.: Кулакова М. У истоков высшей школы: Московский университет в XVIII веке // Отечественные записки. — 2002. — №2. - С.135-158; Белявский М.Т. М.В. Ломоносов и основание Московского университета. — М., 1955.

<sup>8</sup> Василькова Ю.В. Страницы истории отечественного образования. — М.: МАЭПУ, 1996.

В январе 1803 г. принимаются положения об устройстве учебных заведений России, в соответствии с этим положением, разделялась на шесть учебных округов, возглавлявшихся попечителями, членами Главного правления училищ. Создавались три разряда общеобразовательных школ: приходские училища, уездные училища, губернские гимназии. Ранее существовавшие малые училища преобразовывались в уездные, главные — в гимназии. Обеспечивалась преемственность различных ступеней образования.

Высшим научным и административным центром каждого учебного округа России становился университет. Кроме уже существующего Московского университета открываются Дерптский университет (1802 г.), Виленский (1803 г.), Казанский, Харьковский (1804 г.), Киевский Святого Владимира, Петербургский на базе педагогического института (1819 г.). Географически университетские города находились на пересечении торговых путей.<sup>9</sup>

Развивалась и другие формы обучения, например, лицеи. В начале XIX века был основан лицей в Царском селе. Второй лицей был основан в Ярославле на средства Демидова, а третий в г. Нежине (Украина) на средства графа Безбородко. При попечении матери Александра I Марии Федоровны развивается женское образование.<sup>10</sup> Комиссия, занимавшаяся реформированием образования, использовала зарубежный опыт, в частности, опыт системы образования Франции. Происходило это с учетом того, что «не все то удобно вводить у нас, что хорошо за границей, что у нас необходимо изменить. Многие из того, что существует во Франции, что у нас есть старинные учреждения, к которым следует применять при организации новых».<sup>11</sup> Учитывались достижения в сфере образования петровской и екатерининской эпох.

Все учебные заведения страны связывались между собой в учебном и административном отношении. Каждое учебное заведение высшего типа заведовало учебными заведениями низшего типа. Устав подчеркивал преемственность программы приходского и уездного училищ. В гимназии вводилось четырехклассное обучение, и ее программа была связана с программой уездных училищ.

Серьезное внимание уделяется развитию высшего образования. Более года ведется работа над первым университетским уставом. Он был общим для всех российских университетов (однако допускались особенности для

---

<sup>9</sup> См.: Олесеюк Е.В. К вопросу становления и развития университетского образования в России // Социально-гуманитарные знания. — 2001. — №2. — С. 71-90.

<sup>10</sup> Ткаченко П.С. Из истории высшего образования русских женщин // История СССР. — 1979. — №5. — С. 171-176; Московчук Л.С. Высшее образование и женский вопрос / Человек: соотношение национального и общечеловеческого. Сб. материалов международного симпозиума (г. Зугдиди, Грузия, 19—20 мая 2004 г.). — Вып. 2. — Под ред. В.В. Паршваня. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2004. — С.188-192.

<sup>11</sup> См.: Сборник постановлений по Министерству народного просвещения. — Т.1. — Изд. 2. — СПб., 1875. — С. 331.



Дерптского и Виленского — Уставом создавалась для них организация, сходная с устройством университетов протестантской Германии). Университеты наделялись значительной автономией. Высшей инстанцией по учебным и судебным делам в университете являлся совет, который:

- а) избирал ректора, инспектора казенных студентов, профессоров, почетных членов, адъюнктов;
- б) назначал учителей в гимназии и уездные училища;
- в) определял порядок других учебных заведений;
- г) являлся высшей инстанцией университетского суда;
- д) выступал как учебное учреждение, где профессора рассуждали о новых исследованиях.

Особо отметим то факт, что с самого начала российская образовательная система складывалась как *государственная*. Не только университеты, гимназии, уездные училища находились в структуре госорганов, но также частные школы и пансионы функционировали под контролем государства. И самое главное — развитие образовательной системы постоянно сдерживалось существующим крепостным правом, что не позволяло говорить о всеобщем образовании, о принципах всеобщности и бесплатности. Поэтому реформы 60-х гг. XIX в. явились закономерным результатом развития российского общества, в том числе и системы образования. Масштабный переход к индустриальному обществу, основанному на рыночной экономике, вызвал возрастающую потребность в грамотных людях, в расширении образования и повышении его качества. В эти годы получают статус высших учебных заведений некоторые средние профессиональные учебные заведения; развивается техническое, сельскохозяйственное, педагогическое, коммерческое, юридическое высшее образование, возникают женские курсы в Москве, Петербурге, Казани, Киеве.<sup>12</sup>

Устав 1863 г. вновь восстановил университетскую автономию, ликвидированную уставом 1835 года, университетский суд, повысил роль профессоров, предоставил право университетам представлять к ученым степеням, выбирать ректоров, деканов, учреждать новые кафедры гуманитарного направления и т.д. Однако довольно скоро начались наступления на «академические свободы» и «университетскую автономию». Университетским уставом 1884 г. опять упраздняются автономии университетов и университетские суды, увеличивается плата за обучение, ликвидируются кафедры по истории законодательства, гражданского права, вместо избрания вводится назначение ректоров вузов попечителями учебных округов.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup>Полякова Н.В. Образовательная система России к концу XIX века / История отечественного образования (IX-XIX в.) под общ. ред. профессора Д.М. Забродина. — М.: Исслед. центр проблем качества подготовки специалистов, 2002.

<sup>13</sup>Щетинина Г.И. Университеты и устав 1884 года. — М.: Наука, 1976.

Дифференциация требований к знаниям обучающихся четко прослеживается в XIX в., когда сложилась образовательная система, в которой наряду с церковно-приходскими школами действовали уездные училища, гимназии, реальные училища, университеты и высшие технические учебные заведения. Учебные планы и учебные программы претерпевали многократные изменения. Предпринимались меры по согласованию стандартов гимназий и университетов. В 70-е гг. XIX в. стали издаваться правила для поступления в высшие учебные заведения, в которых обстоятельно прописывались нормы знаний (стандарты) по всем дисциплинам. Во второй половине XIX в. после проведения буржуазных реформ острой потребностью общества в инженерах, торговых, банковских работниках стали удовлетворять вновь создаваемые высшие технические учебные заведения. К концу XIX века, наряду с государственными, возникают негосударственные высшие учебные заведения. Они были призваны, прежде всего, подготовить специалистов из числа женщин. Процесс развития негосударственных вузов получил свое дальнейшее развитие в начале XX века.<sup>14</sup>

После 1917 года отечественная система образования подверглась коренной ломке. Причем, этот процесс носил далеко неоднозначный характер. С одной стороны, отвергался многовековой опыт царской России, с другой, и это нельзя не отметить, были предприняты разумные шаги. В частности, Конституция СССР 1936 г. провозгласила равное право всех граждан на бесплатное образование, и уже к середине XX века каждый советский гражданин умел читать и писать (чего не наблюдалось в царской России). Была создана разветвленная сеть профессионально-технических училищ, открывались один за другим профильные учебные заведения среднего звена. Характерной чертой советской образовательной системы была его фундаментальность, опора на современные научные школы, на современные научные знания. Правда, после распада СССР эта широта знаний оказалась никому не нужна, новые реалии потребовали более узкой специализации в конкретных отраслях.

В начале 90-х годов отечественная система образования оказалась перед необходимостью интеграции в мировое сообщество. Назрела объективная потребность во внесении коррективов...

## Российское образование в зеркале СМИ

Поскольку образовательная сфера затрагивает интересы общества в целом, то и проблемы ее модернизации должны решаться сообща, а не кулуарно. Обществу необходим посредник между простыми гражданами страны и чиновниками, вершащими судьбы отечественной системы образования. В качестве такого могут

---

<sup>14</sup>Полякова Н.В. Указ. соч.

и должны выступать средства массовой информации. Выполняя свои информационные, коммуникационные и просветительские функции, СМИ обязаны освещать все те сложные процессы, которые происходят сегодня в системе образования, рассказывать обо всех нюансах и подводных камнях образовательной реформы, представлять разные (в том числе и экспертные) точки зрения по существующим проблемам. Что же происходит на самом деле?

Чтобы ответить на этот вопрос, достаточно нами проведён своеобразный мониторинг российских газет. В ходе исследования были выбраны два ежедневных издания — «Независимая газета» (далее — «НГ»; всего 197 номеров) и «Российская газета» (далее «РГ», включая приложение «Российская неделя»; всего 214 номеров), а также еженедельник «Аргументы и факты» (далее — «АиФ»; 35 номеров). Хронологические рамки исследования — январь-сентябрь 2006 года. Сразу отметим: данные СМИ регулярно обращаются к проблемам современного образования. Так, в «НГ» и «РГ» имеются постоянные генеральные рубрики — «Образование», появляющиеся на страницах издания в среднем 4-6 раз в месяц (в «АиФ» подобной суперрубрики нет). Но как эти проблемы освещаются...

Нами было сформировано несколько тематических блоков, внимание которым уделяют на своих страницах озвученные издания. Абсолютным лидером по частоте упоминания в СМИ стала тема национального проекта «Образование», реализация которого началась в январе 2006 года. Но много — не значит хорошо. Все материалы, отнесенные в данный блок, носят, в большинстве своем, информационный характер, акцент делается лишь на отдельных направлениях нацпроекта (выплаты классным руководителям, гранты для школ и вузов, в меньшей степени — компьютеризация школ). Целостной картины о целях, задачах и конечных результатах приоритетного направления «Образование» в итоге не возникает.

Второе место поделили тема «Уровень и качество образования, конкурентоспособность и трудоустройство выпускников» и «Здоровье (в том числе психологическое), безопасность учащихся и школьное насилие». Первая тема для современной России является особенно острой. Все специалисты сходятся во мнении, что уровень подготовки школьников и студентов катастрофически падает, растет, как ни парадоксально, число неграмотных. Так, согласно последним данным авторитетной организации PISA, которая раз в три года проводит исследование образовательных достижений учащихся в разных странах мира, результаты у России ниже среднего: 29-е место по математике, 24-е — по естественным наукам, 32-е — по грамматике и чтению (по сравнению с 2000 годом показатели значительно снизились).<sup>15</sup> И опять-таки, данные темы только заявляются, но какого-то серьезного анализа и, уж, тем более возможных путей решения проблемы не приводится.

---

<sup>15</sup> Альперина С. Японцы списывают у финнов // Российская газета. — 2006. — №13.

Из «вечных» можно отметить проблемы финансирования системы образования на всех уровнях, а также проблемы коррупции и поборов. По-прежнему актуальными остаются вопросы, связанные с ЕГЭ, и в целом — с существующей в стране оценкой знаний учащихся. Немало публикаций об интеграции российской системы образования в мировое сообщество. В центре внимания журналистов — Болонский процесс, международное взаимодействие, а также заимствование опыта зарубежных стран. Эти темы периодически появляются в СМИ, но опять-таки здесь не хватает постоянства, последовательности и глубины освещения. Практически не находит место на страницах газет проблема возможного влияния ВТО на дальнейшее развитие образования в России. Хотя, по мнению ряда ученых,<sup>16</sup> они эти могут быть весьма неоднозначны.

Недостаточно внимания СМИ уделяют проблеме бизнес-образования (МВА), образования для отдельных категорий граждан (инвалиды, военнослужащие, заключенные и пр.), а также сельских школ, образовательных кредитов; достаточно спокойно отреагировали издания на проблему обязательного введения в школьную программу курса «Основы православной культуры». Журналистские материалы не дают четкого представления и о той административной реформе, которой подвергнутся высшие учебные заведения. Речь идет о введении, наряду с ректором вуза, должности президента. Недостаточно уделяется внимания проблемам эффективного менеджмента в вузах, а также роли бизнеса в системе образования.

Таким образом, можно говорить о том, что проблемы образования достаточно часто поднимаются в СМИ, но о какой-либо конструктивности, последовательности и глубине их анализа говорить нельзя.

Если в СМИ, как в зеркале, отражаются проблемы социума, то, наверное, в случае с образованием это зеркало кривое, выхватывающее отдельные, порой уродливые, фрагменты. И задавать здесь извечные русские вопросы, озвученные в свое время еще классиками, глупо. Средствам массовой информации необходимо искать новые формы и методы работы, иначе в очередной раз могут подтвердиться слова Оскара Уайльда о том, что «в России нет ничего невозможного. Кроме реформ»...

### Журналистское образование: опыт Воронежского госуниверситета

Дискуссии по поводу специфики журналистского образования в научно-преподавательских кругах и, конечно, в прессе начались с тех пор, как журналистику стали преподавать в российских вузах. В начале XX века на

---

<sup>16</sup> Захаревич В., Попов В., Терешков В. Российское образование и вступление России в ВТО: возможные последствия // Высшее образование в России. — 2006. — №4.

юридических факультетах университетов стали читаться отдельный спецкурс — прообраз сегодняшней дисциплины «Правовые основы журналистики». Считалось, что научить писать невозможно — талант, он или есть или его нет, — а вот знания правоведа журналистам не помешают. Что справедливо.

Взгляд на журналистику, прежде всего, как на *искусство письма* сохраняется до сих пор. Приверженцами данного подхода являются те исследователи, методисты и практики, которые рассматривают журналистику преимущественно как филологическую деятельность. В этом есть свой резон: литературоведение и языкознание — ствольные науки и дисциплины, при изучении которых у студентов формируется мировоззрение, образный взгляд на действительность, наконец, нормативная грамотность. То есть обучающийся приобретает инструмент, при помощи которого и будет осуществлять свою профессиональную деятельность\*.

Но журналистика всегда относилась к социальной и политической сферам (а теперь и к экономической области). Потому, помимо правоведа, социологии, политологии, психологии (включая основы социальной психологии), экономики, будущие журналисты сегодня углубленно изучают Международное гуманитарное право, профессиональную этику журналиста, социологию и психологию журналистики, экономику и менеджмент СМИ.

Формированию общей культуры, многомерному взгляду на развивающийся мир способствуют такие предметы, как «Основы теории литературы», «История отечественной литературы», «История зарубежной литературы», «Отечественная история», «Философия», «Культурология» (включая религиоведение), «Концепции современного естествознания», «Экология».

На формирование профессиональных знаний и мастерства, навыков и умений направлены следующие дисциплины: «Основы журналистики», «История отечественной журналистики», «История зарубежной журналистики», «Основы рекламы и паблик рилейшнз», «Современные зарубежные СМИ», «Актуальные проблемы современности и журналистика», «Актуальные проблемы современной науки и журналистика», «Основы творческой деятельности журналиста», «Современный русский (и родной) язык», «Стилистика и литературное редактирование», «Риторика», «Техника и технология средств массовой информации» «Логика», «Математика, информатика, современные компьютерные технологии».

При этом необходимо понимать, что содержание предметов взаимосвя-

---

\* Хотя иногда для человека, изящно излагающего, словотворчество, художественное самовыражение становится самоцелью. Между тем Анатолий Аграновский как-то заметил: «Хорошо пишет не тот, кто хорошо пишет, а кто хорошо думает». Знаменитый известинец имел в виду прежде всего способность к scrupulous и оригинальному анализу как непременной составляющей мастерства публициста.

зано, как связано теоретическое и практическое обучение. С одной стороны, теория — база и для ремесла, и для творчества, с другой стороны, без постоянного практического тренинга теория «повисает в воздухе», не закрепляется в сознании обучающегося. И еще: теория создает идеальные модели, следуя которым практика развивается; практика же создает постоянные проблемы, ставит новые вопросы перед теорией, т.е. баланс должен учитываться в учебном процессе.

Таким образом, журналистское образование в России — это, прежде всего, университетское образование, специфика которого заключается в сочетании фундаментального и специального обучения. Например, на факультете журналистики Воронежского госуниверситета, студенты получают основательную подготовку в области журналистики, а также в области рекламы, публичных рилейшнз, политики, культуры, истории, литературы, иностранных языков, компьютерных технологий, приобретают опыт практической и научно-исследовательской работы. Рабочий учебный план состоит традиционно из 5 циклов (общие гуманитарные, социально-экономические, математические и естественнонаучные дисциплины; цикл общепрофессиональных и специальных дисциплин и дисциплин специализаций; циклы дополнительных видов подготовки и факультативных дисциплин) и около 100 курсов, включая дисциплины национально-регионального компонента, спецкурсы и спецсеминары по выбору студента.

Специальность «Журналистика» имеет творческий статус, подтвержденный, в частности, и тем, что «Творческий конкурс», согласно ГОС ВПО, является обязательным профильным вступительным испытанием, наличием в учебном плане таких дисциплин, как «Выпуск учебной газеты (радио-, телепередачи), «Журналистское мастерство (работа в творческих студиях)».

Поскольку никакое творчество невозможно без опоры на фундаментальные представления о мире, учебный процесс носит, по существу, двухуровневый характер. Первый уровень — 1 и 2 курсы — освоение цикла фундаментальных (базовых) дисциплин: философия, социология, лингвистика, теория литературы, экономика, основы практической деятельности журналистов и др.; второй уровень — технологическое освоение азов профессии, приобретение профессиональных навыков, узкая специализация по избранным направлениям — 3-5 курсы.

Такой подход к подготовке специалистов базируется на:

- широком спектре специализаций, начинающихся с 3 курса;
- выполнении студентами творческих курсовых и дипломных работ;
- организации круглогодичных учебно-производственных и производственных практик;
- проведении публичных защит студентами материалов практик;

- активном участии студентов в работе творческих мастерских (под курс «Журналистское мастерство» отводятся 6, 7, 8 семестры);
- введении в расписание занятий так называемых «творческих дней»;
- широком привлечении к обучению студентов журналистов-практиков.

Учебный план сориентирован на стимулирование творчества студентов, инициирует самостоятельный поиск решения творческих задач будущими специалистами, ставит при этом во главу угла индивидуальную работу со студентами.

Важно, чтобы программы курсов обеспечивали межпредметные связи, а также преемственность и последовательность в изучении дисциплин учебного плана, а содержание программ курсов и рабочих программ отражало бы все виды учебных занятий.

Итак, журналистское образование — комплексное образование.

*Общегуманитарная* компонента — история, мировая культура, философия, психология, социология, политология — важна как в теоретическом, так и в прикладном аспектах (например, проведение конкретных социологических и психологических исследований — важнейшее направление деятельности современной редакции; владение таким инструментарием — гарантия высокого уровня подготовки аналитических материалов журналистом).

*«Естественная»* составляющая важна для всех студентов, а не только для тех, которые впоследствии свяжут свою судьбу, например, с научной, специализированной журналистикой: ведь школьные знания в университете дополняются общими знаниями более высокого уровня.

*Филологическая* составляющая призвана для того, чтобы обогатить память студента достижениями классиков художественной и публицистической литературы, научить грамотно писать и говорить.

Есть устоявшиеся формы: лекция, семинар, лабораторное занятие, коллоквиум, подготовка рефератов, курсовых и дипломных сочинений, практика в СМИ, самостоятельная работа (появились еще мастер-классы, тренинги, деловые игры).

Тенденция сокращать аудиторные, и прежде всего *лекционные занятия*, — опасная тенденция. Конечно, и лекторы бывают скучные, копирующие содержание лекции из разных источников и не дающие авторского, оригинального взгляда на предмет. Но это — проблема кафедр, факультетов, но не системы преподавания как таковой. Настоящая университетская лекция, точнее, лекционный курс, — это всегда концепция, личность оратора. Лекция — эффективнейшая форма обучения, которая, кстати, не отменяет использования современных приемов обучения (использование диапроекторов, компьютеров для перенесения иллюстраций на экраны и др.).

На *семинарских занятиях* студенты отрабатывают наиболее сложные вопросы лекционного курса, учатся объяснять, как они поняли научный, лите-

ратурно-художественный или публицистический текст (роль преподавателя — роль комментатора, толкователя).

*Лабораторные и практические* занятия, необходимы для закрепления теоретических знаний, их «привязке» к практике. Кроме закрепления навыков, могут ставиться цели, связанные с развитием творческих способностей обучающихся (создание публицистических произведений, разработка оригинальных проектов и др.).

На *коллоквиуме* обсуждаются отдельные части, разделы, темы, вопросы, выходящие за пределы семинарских или практических занятий в рамках изучаемого курса (обсуждаются и рефераты, творческие работы студентов). Коллоквиумы, являются формой контроля самостоятельной работы студентов, обычно не включаются в регулярное расписание,

*Самостоятельная работа* требуют особой организации, и прежде всего подготовки комплекса методических материалов на основе системы бумажных и электронных источников.

В программах должен реализовываться системный подход к подготовке специалистов, когда дисциплины верхних уровней подготовки базируются на знаниях, полученных студентами при изучении дисциплин, изучаемых на младших курсах. Важнейшей особенностью учебного плана является сочетание общепрофессиональной подготовки студентов со специализацией на 3-5 курсах.

Так, для осуществления специализаций на факультете журналистики ВГУ кафедрами разработаны следующие курсы:

— специализация *«Периодическая печать»* — «Типология газетной и журнальной прессы», «Актуальные проблемы в современной аналитической журналистике», «Документальный образ в публицистике», «Тенденции современного пресс-дизайна», «Язык газеты» и др.;

— специализация *«Телевидение и радиовещание»* — **«Основы ТВ и РВ»**, **«Методика и технология ТВ и РВ»**, **«Мастерство теле— и радиожурналиста-аналитика»**, **«Документально-художественные жанры ТВ и РВ»**, **«Техника речи на ТВ и РВ»** и др.;

— специализация *«Реклама и публик рилейшнз»* — «Практика рекламы и PR», «Реклама и PR в сфере применения», «Менеджмент и правовое регулирование в рекламе и PR», «Психолого-организационные проблемы рекламы и PR», «Язык рекламы» и др.;

— специализация *«Новые компьютерные технологии в СМИ»* — «Компьютерная графика и анимация», «Статистика», «Системы управления базами данных», «Веб-дизайн», «Информационная безопасность» и др.

Эти предметы выбраны как наиболее актуальные для современной деятельности журналиста, они включают в свое содержание совокупность средств,



приемов, способов и методов профессиональной работы.

Специальность «Журналистика» входит в число значимых профессий у молодежи. Это связано и с потребностью профессионального рынка, и с осознанием ее значимости в общественном развитии. На факультете журналистики ВГУ в настоящее время абитуриенты сдают 2 вступительных экзамена: Творческий конкурс и Русский язык (по русскому языку принимаются сертификаты ЕГЭ; студенты, поступающие на договорной основе, могут проходить собеседование по этому предмету).

Совершенно оправдано то, что именно творческий конкурс является профилирующим вступительным испытанием. Никакой другой экзамен не способен заменить его в плане проверки готовности абитуриента к работе в сфере массовых коммуникаций в будущем. Даже классическое сочинение по литературе здесь гораздо менее эффективно. Конечно, кроме того, что проверяется уровень знаний абитуриента собственно по литературе, сочинение дает возможность оценить уровень владения языком, способность выражать свои мысли точно и грамотно и т.д. Однако при этом слабо проявляются сугубо «журналистские» способности и задатки (профессия ведь требует определенных природных наклонностей). Невозможно увидеть, насколько абитуриент умеет находить убедительный для раскрытия той или иной журналистской, связанной с социальной действительностью, темы фактический материал, насколько интересно — то есть как раз творчески — он способен его преподнести и т.п.

Основной вступительный экзамен на факультете журналистики, кроме прочего, должен позволять комиссии составить представление о том, продукцию каких СМИ потребляет абитуриент и почему предпочитает именно эти СМИ, какие из действующих журналистов ему кажутся настоящими профессионалами и почему — в общем, каково в целом представление абитуриента о своей будущей профессии. Именно необходимость отразить в наборе вступительных испытаний специфику профессий, связанных с массово-информационной деятельностью, реализуется во включении в него наряду с привычными экзаменами нетрадиционного — творческого конкурса. Факультет журналистики имеет такое же право на проведение этого экзамена, как, скажем, институты искусств имеют право на специфические испытания, проверяющие актерские способности поступающего. И кстати, в преддверии окончательного перехода на систему Единых государственных экзаменов (ЕГЭ) хочется особо подчеркнуть то, что творческий конкурс должен остаться профилирующим вступительным испытанием на факультете журналистики. Такой подход характерен для многих европейских стран.

На факультете журналистики ВГУ творческий конкурс состоит из трех туров. Первый — проверка публикаций (их должно быть, как минимум, пять) абитуриента в зарегистрированных СМИ (в печатных изданиях, на теле— и

радиоканалах, в интернет-изданиях и т.д.). Каждая публикация должна быть заверена редакционной печатью и соответствующей визой одного из руководителей (редактора, заместителя редактора или ответственного секретаря). Публикации сдаются в приемную комиссию вместе с другими документами в виде вырезок (телевизионные и радиоматериалы расшифровываются еще и на бумаге). Публикации проверяются до начала вступительных испытаний, и, таким образом, оценка за первый тур творческого конкурса уже выставлена. При этом внимание обращается на социальную значимость затрагиваемых тем, умение собрать убедительные факты для раскрытия темы, подметить выразительные детали, выстроить текст интересно и в соответствии с излагаемым материалом. Учитывается также жанровое разнообразие публикаций. От абитуриента, естественно, не требуется знания системы журналистских жанров, однако понять, что журналистские материалы различаются не только по тематике, но и по конструкции текстов, он вполне в состоянии. В случае если публикации отсутствуют, абитуриент допускается к участию во втором туре творческого конкурса. При этом за первый тур он получает 0 баллов.

Второй тур экзамена — творческое сочинение. В отличие от классического сочинения по литературе оно не связано с какими-либо литературными произведениями или авторами, а приближено к журналистским жанрам и тематике. Основные критерии оценки творческого сочинения очень близки к критериям оценки публикаций. Первый критерий условно можно обозначить как «содержание текста». Здесь учитывается, насколько убедителен фактический материал, на котором раскрывается тема, насколько аргументированы суждения абитуриента, насколько последовательно и доказательно он выражает идею своего текста. Второй критерий можно условно обозначить как «форму текста». Обращается внимание на построение текста (начало, концовка, интересные сюжетные «ходы»), наличие индивидуального стиля письма и т.д. Третий критерий (при оценке публикаций это жанровое разнообразие) при оценке сочинений — грамотность. На экзамене сочинение абитуриента по первым двум критериям оценивают преподаватели журналистских дисциплин, по третьему критерию — преподаватели-лингвисты.

Творческое сочинение является наиболее важным этапом профилирующего вступительного испытания (за него можно получить наибольшее количество баллов), потому что в сочинении лучше всего проявляются способности и индивидуальность абитуриента.

Наконец, третий тур творческого конкурса представляет собой собеседование по предлагаемому абитуриентам списку вопросов. Сюда входят вопросы для проверки общей эрудиции поступающего, вопросы по литературе (как наиболее близкой к специфике отечественной журналистики школьной дисциплине) и вопросы профессиональной ориентации. В плане проверки общей

эрудиции абитуриенту задаются вопросы о том, что его увлекает в различных видах искусства, какие выдающиеся личности прошлого и настоящего, причем не связанные с будущей профессией, его интересуют. Вопросы по литературе не выходят за рамки школьной программы. Вопросы профессиональной ориентации могут потребовать от поступающего поразмышлять об особенностях современной журналистики, о профессиональной этике журналиста, о современных отечественных СМИ и творчестве любимых журналистов и т.д. От вчерашнего школьника ждут внятного изложения собственных наблюдений, оценок и, разумеется, их аргументации. Комиссия также сопоставляет высказываемые на собеседовании суждения абитуриента с уровнем его публикаций (иногда опубликованные материалы создают завышенное представление о профессиональном уровне абитуриента).

Подготовка к творческому конкурсу на подготовительном отделении факультета журналистики ВГУ предполагает: тренинг по написанию творческих сочинений; помощь абитуриентам в написании текстов для СМИ, а также выпуск слушателями собственной газеты «ГромкоГоворитель»; чтение лекций по тематике вопросов профессиональной ориентации, предлагаемых на собеседовании.

Плодотворным способом отбора наиболее одаренных абитуриентов являются региональные Олимпиады. На факультете журналистики воронежского госуниверситета она проводится в форме телевизионного конкурса «Проходной балл». Конкурс состоит из двух туров. Первый тур представляет собой написание творческого сочинения (аналогичного тому, которое входит в программу «Творческого конкурса»). Второй тур проходит в два этапа. Сначала 20 авторов лучших сочинений выполняют задания творческого характера, а также по литературе, русскому и иностранному языкам. На заключительный этап проходит половина участников, которые и принимают участие в телевизионном финале. Телепередача основывается на оригинальном сценарии, предполагающем игровые соревнования участников (задания по журналистике, вопросы по русскому, иностранному языкам, а также по литературе с привязкой к творчеству двух русских писателей XIX и XX вв.). Пятеро лучших получают соответственно 100, 99, 98, 97 и 96 баллов по профилирующему экзамену «Творческий конкурс» на вступительных экзаменах.

Ежегодно принимается Положение о профильном экзамене «Творческий конкурс» для поступающих на факультет журналистики ВГУ по специальности «Журналистика» (содержание Положения и сам принцип организации творческого конкурса были одобрены НМС УМО по журналистике университетов РФ; оно было рекомендовано для использования во всех вузах, осуществляющих подготовку журналистов). Вот выдержки из Положения, выставленного для всеобщего обозрения на факультетском сайте:

«Вступительный экзамен «Творческий конкурс» состоит из 3-х туров.

К началу 1-го тура творческого конкурса в приемную комиссию, кроме основных документов, **желательно** предоставлять: — характеристику-рекомендацию редакции или местной организации Союза журналистов России;

— авторские материалы, в том числе фотоиллюстрации, опубликованные в газетах, журналах, информационно-рекламных изданиях или переданные по радио, телевидению (не менее 5 публикаций). Печатные материалы представляются в виде вырезок (фотопубликации по желанию абитуриента могут быть дополнены оригиналами). Материалы радио и телевидения должны быть распечатаны (по желанию абитуриента распечатки могут быть дополнены аудио— или видеозаписями). Все публикации заверяются печатью соответствующей редакции и подписываются одним из ее руководителей (редактором, зам. редактора или ответственным секретарем).

Абитуриенты **допускаются к участию в конкурсе и без предоставления таких материалов**, но за 1-й тур при этом им проставляется 0 баллов.

**1 тур творческого конкурса предполагает анализ представленных абитуриентами публикаций.**

Максимальная оценка — 25 баллов. 25 баллов ставятся за:

— умение находить новость, социально значимые, интересные факты, собирать характерные детали, видеть общественно значимые проблемы, находить убедительные аргументы, делать выводы — 8 баллов;

— способность наглядно, образно, эмоционально изображать события, факты, ситуации, людей — 8 баллов;

— жанровое разнообразие представленных публикаций — 8 баллов.

Если подборка публикаций демонстрирует выдающиеся способности абитуриента к журналистской работе, к общей оценке может быть добавлен еще 1 балл.

**2 тур творческого конкурса — письменная работа (сочинение на свободную тему).**

Максимальная оценка — 45 баллов. 45 баллов ставятся за:

— умение раскрыть тему (хорошее знание предмета, наличие убедительных фактов и аргументов при освещении темы) — 15 баллов;

— оригинальность исполнения (использование интересных сюжетных ходов при построении текста, способность наглядно, образно, эмоционально изображать события, факты, ситуации, людей) — 15 баллов;

— нормативную грамотность (уровень владения нормативной грамматикой и стилистикой) — 15 баллов.

**3 тур творческого конкурса представляет собой ответы на вопросы проверки общей эрудиции и профессиональной ориентации (индивидуальное собеседование).**

Максимальная оценка — 30 баллов. Комиссия обращает внимание на соответствие суждений, оценок, содержащихся в рекомендациях, количеству и

качеству материалов, подготовленных абитуриентом в период сотрудничества с редакцией, выдавшей характеристику.

30 баллов выставляется абитуриенту за самостоятельность, широту кругозора, уровень начитанности, глубину анализа периодики, творчества современных журналистов.

**Вопросы проверки общей эрудиции, знаний по русской литературе и профессиональной ориентации для индивидуального собеседования по специальности «Журналистика»:**

1. Направления и выдающиеся представители в музыке.
2. Направления и выдающиеся представители в живописи.
3. Направления и выдающиеся представители в архитектуре.
4. Направления и выдающиеся представители в скульптуре.
5. Направления и выдающиеся представители в кино.
6. Направления и выдающиеся представители в театре.
7. «Век нынешний и век минувший» в пьесе А.С. Грибоедова «Горе от ума».
8. А.С. Пушкин. Лирика. Драматургия. Роман «Евгений Онегин» (по 8-9 статьям В.Г. Белинского).
9. Темы и мотивы лирики М.Ю. Лермонтова.
10. Роль композиции в раскрытии образа главного героя — Печорина — в романе «Герой нашего времени».
11. Н.В. Гоголь. Тема «маленького человека» в повести «Шинель» (в сопоставлении с произведениями А.С. Пушкина и Ф.М. Достоевского).
12. Ф.И. Тютчев, А.А. Фет. Темы и мотивы лирики (по выбору).
13. Л.Н. Толстой. «Мысль народная» и «мысль семейная» в романе «Война и мир». Основные признаки романа-эпопеи.
14. Ф.М. Достоевский. Теория Раскольникова и ее развенчание в романе «Преступление и наказание».
15. А.П. Чехов. Обличение «пошлости пошлого человека» в рассказах и повестях 80-90-х гг.
16. Серебряный век русской литературы. Основные направления в поэзии (на примере 1-2 авторов). Проза того же периода: И. Бунин, А. Куприн, М. Горький (по выбору).
17. Изображение исторических событий 20-30-х гг. XX века в произведениях М. Шолохова («Донские рассказы» или «Тихий Дон», «Поднятая целина»), М. Булгакова («Собачье сердце» или «Дни Турбиных»), И. Бабеля («Конармия»), А. Платонова («Чевенгур» или «Котлован») — по выбору.
18. Основные направления литературы 60-90-х гг. XX века (городская, военная, деревенская проза по произведениям Ю. Трифонова, В. Кондратьева, К. Воробьева, В. Распутина, В. Белова, В. Астафьева и др.) — по выбору.

19. Поэзия 60-90-х гг. XX века. Основные течения, темы, мотивы («громкая» и «тихая» лирика, авторская песня). На примере произведений Е. Евтушенко, А. Вознесенского, Р. Рождественского, Б. Окуджавы, В. Высоцкого, Н. Рубцова и др.

20. Роль массовой информации в современном обществе.

21. Журналистика и другие сферы общества: как журналистика взаимодействует с политикой?

22. Журналистика и другие сферы общества: как журналистика взаимодействует с экономикой?

23. Массовая культура: что это такое и как она влияет на людей? Журналистика и массовая культура.

24. Как вы понимаете профессиональную этику журналиста? Какие нормы поведения она должна включать? Чего журналист не должен себе позволять?

25. Особенности современной российской журналистики (пресса, радио, телевидение, Интернет).

26. Особенности местной журналистики (пресса, радио, телевидение, Интернет).

27. Имидж журналиста: что это такое и как он формируется?

28. Современные российские СМИ (охарактеризуйте особенности одного из них — на выбор).

29. Творчество конкретных журналистов (охарактеризуйте особенности творчества одного из действующих российских журналистов — на выбор).

30. Особенности современной рекламы (реклама в прессе, на радио, на телевидении, в Интернете).

Творческий конкурс является формой проведения собеседования по профильному предмету с медаристами и приравненными к ним лицами.

**Собеседование для поступающих** на условиях оплаты обучения **на договорной основе на дневное отделение**, кроме вопросов на проверку общей эрудиции абитуриента и вопросов профессиональной ориентации, включает в себя также вопросы по русскому языку (вместо ответа на экзамене абитуриент может представить сертификат ЕГЭ), соответствующие программам школьного курса.

Абитуриент, поступающий на дневное отделение, может получить максимум 200 баллов: творческий конкурс — 100 баллов (1 тур — 25 баллов, 2 тур — 45 баллов, 3 тур — 30 баллов); русский язык — 100 баллов.

**Из положения «Порядок проведения собеседования с абитуриентами, поступающими на факультет журналистики на договорной основе»:**

1. Собеседование проводится по графику, утвержденному председателем приемной к миссии, с группой численностью до 25 человек.

2. Собеседование для поступающих на специальность «Журналистика» проводится по трем предметам: творческий конкурс, русский язык, иностранный язык.

Абитуриенты, имеющие медаль и поступающие на специальность «Журналистика», проходят собеседование по творческому конкурсу. В случае получения установленного приемной комиссией балла (из максимума — 100 баллов) абитуриент рекомендуется к зачислению, в противном случае он проходит собеседование по всем предметам вступительных испытаний и участвует в общем конкурсе. Балл будет установлен на заседании приемной комиссии.

3. Общая процедура собеседования следующая:

- Абитуриенты приглашаются для собеседования по одному.
- Абитуриент должен при себе иметь документ, удостоверяющий его личность.

- Председатель комиссии по собеседованию информирует о порядке проведения собеседования и заполнения документов. Основой для беседы по творческому конкурсу являются вопросы, обозначенные в Положении о творческом конкурсе, с которым абитуриентов знакомят заранее (см. выше). Вопросы и оценки ответов в произвольной форме заносятся в протокол собеседования.

- По окончании собеседования по всем предметам абитуриент подписывает протокол собеседования.

4. По окончании собеседования комиссия, на основании протокола собеседования, выставляет баллы в 100-балльной шкале по каждому предмету. Комиссия заполняет ведомости и объявляет результаты по итогам собеседования.

5. Лица, набравшие по одному из предметов менее 38 баллов, выбывают из конкурса и не рекомендуются к зачислению.

Окончательные результаты объявляются после завершения собеседования в целом по специальности «Журналистика».

Выпускной экзамен также имеет на факультете журналистики ВГУ свои особенности. Билет включает три вопроса, каждый из которых принадлежит к одной из важнейших для подготовки профессионального журналиста научных дисциплин: первый вопрос — теория и практика журналистики, второй — история журналистики; стилистика и литературное редактирование; третий — дисциплины специализаций. Первый вопрос наиболее прямо соотносится с изучавшейся выпускниками специальностью; он дает возможность выявить уровень владения студентами теоретическими основами выбранной профессии, а также увидеть, насколько молодые специалисты способны применить полученные на факультете знания к анализу практической деятельности сегодняшних СМИ. Вопросы по истории журналистики, касаются не только России, но и зарубежных стран. В последние годы естественно расширился круг вопросов, касающихся и современного состояния, новейших тенденций мировой журналистики. Думается, разумно

включать в экзаменационные билеты и вопросы по языку массовой коммуникации, лингвистике. Ведь в ходе подготовки к выпускному экзамену студенты вновь обращаются к теории и практике русского языка — главного инструмента журналиста. К тому же и здесь сделан акцент на практическом применении полученных знаний в публицистическом творчестве: каждый вопрос теоретического характера дополняется указанием на то, что должны быть раскрыты именно возможности использования выразительных средств языка в газетно-публицистическом стиле; в ряде билетов третий вопрос требует провести правку предложенного материала (отрывки из реальных газетных текстов).

Важно ежегодно уточнять список и формулировки вопросов в связи с изменениями в практике функционирования СМИ. Чтобы в итоге выпускной экзамен действительно обеспечивал контроль усвоения студентами довольно обширного учебного материала, а, кроме того, проверку общекультурного уровня начинающих журналистов, их способность самостоятельно оценивать различные аспекты деятельности СМИ и аргументировать высказываемые мнения.

Важно, чтобы и специализации, выбранные тем или иным факультетом, определяли главные направления в подготовке к защите дипломных работ.

Многие годы студенты факультета журналистики ВГУ проходят *круглогодичную практику*, имея возможность публиковаться в факультетской газете «Третий глаз», газетах учебных групп, в альманахах «Практика» и «Акценты», готовить информацию для факультетского сайта, учебные телевизионные и радиопередачи с последующим просмотром и обсуждением в видеоклассе. Стало традицией приглашение на семинарские и практические занятия ведущих журналистов города и области. Темы для курсовых и дипломных сочинений составляются таким образом, чтобы студент имел возможность углубления и расширения исследования на каждом последующем курсе. Особо приветствуются творческие работы (создание циклов публикаций, композиционно-графических моделей изданий и т.п.).

Открытая форма защит практик предполагает участие защищающегося студента, оппонента из числа студентов, преподавателя — руководителя практики и приветствуется, прежде всего, самими обучающимися. Это — апробированная форма повышения мастерства будущих журналистов.

Альманах «Практика» готовится самими студентами под руководством преподавателя, отвечающего за сектор практики. Он содержит лучшие публикации студентов, выдержки из отчетов, анализ конкретных практик, отзывы журналистов и др. Альманах выходит ежегодно в конце учебного года.

Выработка *концепции воспитательной работы* для факультетов журналистики — насущная необходимость, ведь в состав профессиональных качеств входят и такие понятия, как общественная активность, гражданственность и т.п. Суть подхода на факультете журналистики ВГУ — в соединении учебных, профессио-



нальных и научных интересов студентов с просветительской, морально-этической и гражданской составляющими учебно-воспитательного процесса.

Уже на первой актовой лекции студентов знакомят с историей и традициями высшей школы, историей университета. В университете существует институт кураторов групп 1-2 курсов, особое внимание уделяется и самоуправлению: студенты на общих открытых собраниях выбирают деятельные Студенческий совет и Совета общежития. Старшекурсники шефствуют на своими младшими товарищами: организуют Посвящение в студенты, Фестиваль первокурсников. Во всех мероприятиях — будь то выпуск факультетской газеты «Третий глаз» или факультетского сайта [www.jour.vsu.ru](http://www.jour.vsu.ru), проведение научно-практической конференции студентов и аспирантов, Фестиваля «Студенческая весна» или городского турнира по мини-футболу и др., — активное участие принимают студенты всех курсов. Пресс-клуб, периодически организует встречи с известными публицистами, политиками, деятелями культуры и искусства. Тесными стали связи факультета и воронежского Дома журналистов, где постоянно проводятся такие же встречи, организуются фото-выставки (в фойе учебного корпуса ежемесячные выставки изо— и фоторабот студентов и преподавателей, а также профессионалов-практиков также стали доброй традицией). Каждое подобное мероприятие становится в то же время объектом для практической деятельности студентов. Будущие специалисты по связям с общественностью проводят PR-акции, отвечают за организацию самих встреч, будущие рекламисты тренируются в проведении рекламных кампаний, будущие журналисты готовят для факультетской, университетской, городской и областной прессы публицистические материалы (отчеты, репортажи, интервью, фотоподборки). Постоянными стали на факультете творческие вечера преподавателей-юбиляров, Дни памяти преподавателей, стоявших у истоков отделения, а затем и факультета журналистики. К этим событиям приурочивается выход книг, буклетов, проспектов, фильмов и т.д., изготавливаемых на факультетской издательско-полиграфической базе.

Специфика факультета журналистики такова, что многие учебные дисциплины уже по определению содержат в себе некий воспитательный потенциал. Так, например, при ежегодном подведении итогов практики (анализ студенческих публикаций ведется в группах публично) неизбежным становится разбор различных правовых, морально-этических, морально-нравственных и пр. коллизий, связанных с практической работой студентов. Это может касаться как проблематики опубликованных материалов, так и внутриредакционных, порой, конфликтных отношений. В принципе, этика журналистского творчества (изучение такого раздела предусмотрено учебным планом) полностью совпадает с общепринятой системой общечеловеческих культурных ценностей. Поэтому изучение проблем профессиональной этики есть в то же время и процесс воспитания и самовоспитания.

Итак, чему отдавать предпочтение при обучении будущих журналистов — освоению ремесла или формированию мировоззрения? Думается, журналистика — и ремесло, и искусство одновременно. Без освоения методикой, приемами невозможно достичь целей; без творческого подхода цель также может быть не достигнута в полной мере (к тому же слово — всегда акт творчества). Сегодня нередко работодатели обращают внимание на интеллектуальный уровень молодого специалиста, справедливо полагая, что ремесло можно (и нужно!) оттачивать в процессе первых лет интенсивной практической деятельности.

Факультеты журналистики ориентированы на разные группы потенциальных абитуриентов:

— выпускников школ (плюсы: свежие базовые знания, мотивация к обучению, энергия юности; минусы: незнание жизни, инфантилизм, обучение только ради отметок, будущего диплома);

— работников СМИ, не имеющих специального образования (плюсы: осознанный выбор факультета, знание жизни, знание редакционной специфики; минусы: пробелы в знаниях, критическое отношение к теории, неудачный практический опыт);

— работников других сфер, не имеющих специального образования (плюсы: осознанный выбор факультета, знание жизни; минусы: пробелы в знаниях, критическое отношение к теории);

— работников СМИ и других сфер, имеющих высшее, но не специальное образование (плюсы: осознанный выбор факультета, знание жизни, высшее — системное — образование; минусы: внутренний конфликт «гуманитарного» и «естественного» образования или «нетворческого» и «творческого» подходов).

Сложность преподавания состоит в том, что численность обучающихся заметно выросла, возможность реализации индивидуального подхода практически исчезла...

\*\*\*

В заключение — о рабочей встрече членов Некоммерческого партнерства факультетов России и стран СНГ и Министерства образования и науки Российской Федерации, состоявшейся в конце 2005 года. Некоммерческое партнерство представляли ведущие факультеты журналистики России. Министерство — отдел высшего образования департамента государственной политики в образовании. Обсуждались следующие вопросы: «Проблемы современного журналистского образования», «Цели и задачи политики факультетов журналистики по развитию системы журналистского образования», «Стратегические задачи сотрудничества по развитию журналистского образования». Разговор получился деловым и плодотворным.

В Министерстве с пониманием отнеслись к инициативе 13 журфаков ведущих российских вузов создать Некоммерческое Партнерство, целью ко-

того стали: взаимный обмен опытом и информацией; создание действующей системы переподготовки преподавателей в области журналистики; налаживание долгосрочных контактов с представителями медиарынка; создание общего межвузовского информационного поля; аудит существующих учебных программ; расширение границ специализаций и др. Вузы озабочены тем, как пройдет реформа высшего профессионального образования в свете идей Болонской декларации, которую подписала и Россия. Какова цель новаций: реальное повышение качества образования или сокращение государственного финансирования высшей школы? Сохранятся ли традиции российского журналистского образования, насчитывающего уже более полувека?

Факультеты журналистики представили консолидированную точку зрения на ряд «болевых» проблем.

#### Болонский процесс

На наш взгляд, следует сохранить как одноуровневую, так и двухуровневую систему подготовки журналистов, что отвечает духу Болонской декларации. То есть реализовывать оба подхода: специалист — 5 лет на дневном, 6 лет на заочном отделениях; бакалавр — 4 года, магистр — 2 года (вариант: 4 + 1).

Срочно выйти с предложением внести «Журналистику» в список тех специальностей, для которых сохранится пятилетнее (дневное отделение) и шестилетнее (заочное отделение) обучение.

Предусмотреть линейную систему подготовки: составить государственные стандарты таким образом, чтобы студент имел возможность получить диплом бакалавра — 4 года, специалиста — 5 лет, а затем и магистра — 6 лет (тем более, что число принимаемых в магистратуру ограничено уже самим соотношением: 1 программа — 6 слушателей; возможен и прием в магистратуру только на платной основе). При этом — сохранить правила приема в аспирантуру как после специалиста, так и после магистратуры.

Если принимать в магистратуру бакалавров всех других направлений, то необходимо коренным образом пересмотреть ГОС направления в части магистратуры, а именно изменить ее исследовательский характер в пользу практического. Исследовательский же характер магистерской программы сохранить для бакалавров-журналистов.

Если мы реально включены в Болонский процесс, то важно срочно методически обеспечить переход на новую систему (причем применительно к специальности или направлению «Журналистика»). То есть реально представить, как на практике реализуется идея вхождения в единое европейское образовательное пространство (исследования; мобильность; система кредитов; приложение к диплому; участие студентов в управлении; поддержка европейской составляющей, автономия, инновации и др.). Необходимо как можно быстрее обобщить и обнародовать опыт вузов-пионеров. Ведь уже есть примеры составления интегрированных рабочих

учебных планов «специалист — бакалавр», «магистр — аспирант», балльно-рейтинговой системы контроля процесса обучения, составления студенческих академических документов, европейского приложения к диплому и т.д.

### Аттестация

То, что растут требования при лицензировании, аккредитации и аттестации, правильно (и важно, чтобы они в равной степени строго применялись для всех — государственных и коммерческих — образовательных учреждений). Но некоторые требования необходимо все же скорректировать. Например, внесение в список обязательной литературы только тех источников, которые изданы не позднее, чем пять лет назад. Есть дисциплины, содержание которых резко не меняется (многие разделы теории, истории журналистики, литературы, техники и технология СМИ, технологии журналистского мастерства и др.). Конечно, крайне важно стимулировать подготовку собственных методических указаний, пособий, учебников, монографий, но не в ущерб делу. Во-первых, не все факультеты и отделения имеют возможность издавать учебную и научную литературу в таком объеме. Во-вторых, стоит ли отказываться от книг, подготовленных преподавателями, учеными ведущих вузов России, книг, глубоко содержательных, прошедших многолетнюю апробацию.

Еще одно требование — указывать в списке только учебники, имеющие грифы Министерства или НМС УМО — пока также не выполнимо в полной мере. Во-первых, таких изданий еще немного, во-вторых, процедура получения грифа усложнена и занимает много времени. Сегодня же многие выполненные на высоком учебно-методическом уровне издания остаются как бы за бортом...

Необходимо закрепить статус журналистики как творческой специальности. Творческий конкурс как профильное вступительное испытание — очень важный шаг в этом направлении, и он уже сделан. Следующие шаги: снизить лицензионный показатель для выпускающих кафедр; учитывать показатели «остепенности» штатных совместителей, а также многолетнее членство в творческих Союзах (СЖ, СП, СХ и др.) и звания (заслуженный работник культуры, заслуженный деятель искусств и т.п.).

### Связь со СМИ (сотрудничество, практика, распределение)

Творческие факультеты, каковыми, по сути, и являются факультеты журналистики, заинтересованы в привлечении к учебному процессу практиков. Но заинтересованы ли в этом сами практики? Бывают, конечно, редкие случаи бескорыстного сотрудничества — когда профессионал испытывает потребность в том, чтобы поделиться накопленным опытом, когда и в редакции понимают, что связь с журфаком — это постоянный приток новых идей, «свежей крови» в лице сначала практикантов, а затем и молодых специалистов... Хотя в условиях усиливающейся конкуренции все труднее устроить студента даже на практику (ощущается явное противодействие со стороны сотрудников, с которых сегодня не требуют подготовки авторских материалов, и рост зарплаты

которых напрямую зависит от подготовки собственных текстов). К тому же в редакциях нагрузка заметно возросла, и выделить свободное время, особенно с учетом проведения занятий по утвержденному расписанию, зачастую нелегко. Молодых журналистов можно привлечь перспективой подготовки диссертации, опытные, возможно, думают о подработке, о трудоустройстве после выхода на пенсию. Но достаточно ли этого? Что мешает активизации процесса привлечения практиков к процессу образования? В провинции — это, прежде всего, низкая оплата труда. Большинство практиков, естественно, не имеют ученых степеней, что отражается на сумме окладов или почасовой оплаты (не спасают и внебюджетные средства). Важно заметно повысить размер начальной ставки. И, повторимся, предусмотреть возможность повышения статуса практиков (старший преподаватель, доцент, профессор) с учетом их профессионального статуса (многолетнее членство в Союзе журналистов, звания заслуженных работников культуры и т.п.).

В последнее время все чаще возникают проблемы при организации практик в редакциях. Видимо, необходимо принять некие нормативные положения, определяющие взаимоотношения государственных образовательных учреждений и средств массовой информации. Тем более, если идея обязательного распределения и трехлетней отработки по специальности воплотится в жизнь.

Владельцы, учредители средств массовой информации — это, как правило, предприимчивые люди, нередко рассматривающие прессу лишь в виде коммерческого или политического капитала. Именно они, а не редакторы, определяют информационную политику СМИ. Редакторами также назначаются люди, далёкие от журналистики как социально ориентированной духовно-практической деятельности. Впору вводить процедуру сертифицирования нашей профессии. Противниками такой идеи выступают защитники абсолютной свободы журналистики. Но если редакции производят некий продукт, за который потребитель платит деньги, то этот продукт должен соответствовать некоему гарантированному качеству, подтверждённому учредительными документами, свидетельством о регистрации. Сегодня же газета с обилием фактических и стилистических ошибок, с текстами и фотографиями, нарушающими профессиональные и этические стандарты — далеко не редкость. И право обращения в суд не спасает ситуации, поскольку разрешение проблемы перекладывается на аудиторию, вынужденную тратить время, нервы, деньги при доказательстве очевидного.

Сертификат подтверждает некую квалификацию, которая позволяет производить достойный качественный продукт. Тем более продукт, оказывающий мощное влияние на психику человека. Возможно, сертификация не должна распространяться на корреспондентов (хотя и они в цивилизованных странах принимают этические Уставы, Хартии, входят в Ордеры), но уж на

редакторов — обязательно. Возможно, сертификация должна производиться на добровольной основе. Например, сегодня любое СМИ может войти в Национальную тиражную службу, и знак НТС в выходных сведениях означает, что редакция сама согласилась на независимый аудит тиража, и, значит, не обманывает ни рекламодателей, ни партнёров, ни читателей.

Раньше тот факт, что в России растёт количество СМИ, преподавателей факультетов и отделений журналистики радовал: новые базы практик, места трудоустройства выпускников, сегодня же они смотрят на этот процесс всё с большей осторожностью. Происходит размывание профессии, атомизируется аудитория. Развлекательные, деловые, информационно-рекламные издания в областных центрах растут как грибы, а общественно-политическая пресса, особенно местная, влачит бедное существование.

Плохо, если преподаватели, занимаясь подготовкой практикующих журналистов, ограничиваются лишь научными изысканиями, теряют всякую связь с редакциями. Ведь сугубо лабораторно-кабинетное изучение СМИ, нежелание и отвычка писать «в номер» приводят к схоластике, когда создаваемые модели так и остаются моделями, не востребованными жизнью. Плохо когда новоявленные журналисты, отрицая систематическое образование, дискредитируют профессию: они осознанно или неосознанно подменяют её цели и задачи, занимаясь открытой пропагандой, политизируя или коммерциализируя журналистику.

Конечно, нет стопроцентной гарантии, что специалист с дипломом журналиста будет всегда работать по правилам и качественно. Издержки были и будут всегда... Но если бы начальная, средняя и высшая школа финансировались, как положено, не было бы катастрофического падения уровня грамотности абитуриентов, не было бы необходимости принимать студентов в большом количестве на контрактной основе. И преподаватель факультета журналистики не выполнял бы двойную нагрузку ради более-менее достойной зарплаты, а повышал бы свой уровень, сидя в научных библиотеках, стажирясь в серьёзных редакциях. Вузы, занявшись коммерческим набором, по сути, спасли образование, от которого в своё время отвернулось государство. Что же делать?

Если коротко, то предложений два:

следует обратить особое внимание на качественные СМИ, остающиеся в сфере журналистики (например, давно уже пора различать социальную и каталогизированную прессу — первая нуждается в государственной поддержке, поскольку она производит «социальный товар»; вторым же, ориентированным не на читателя, а на рекламодателя, такая поддержка не нужна — они и так успешны в коммерческом отношении);

следует развивать отделения и факультеты журналистики, соответствующие лицензионным и аккредитационным требованиям, и закрывать те, которые им не соответствуют.

## Журналистика в глобализирующемся мире: новые вызовы и теоретические подходы

### Вступительные замечания

Как известно, в последние десятилетия человечество столкнулось с глобальными проблемами (экологической, информационной, демографической, энергетической и другими), которые влияют на судьбы всех народов. Например, экологический кризис. Вот лишь одна цифра: за последние 500 лет человечество уничтожило  $2/3$  всех лесов на планете. Этот процесс продолжается и в наше время. Содержание углекислого газа в атмосфере увеличилось за это время на  $1/3$ , что вызывает «парниковый эффект», потепление и таяние льдов в Мировом Океане. Экологический кризис подобен топору, висящему над всеми нами. Где взять деньги на дорогие очистные сооружения?<sup>1</sup> Стремительно растет процент бедного населения планеты, все больше эгоизма проявляют преуспевающие страны и отдельные граждане. Как накормить Юг, не обидев Север?<sup>2</sup> Об этом умолчим, тема статьи иная.

Еще один непреложный факт. В начале XX века на Земле проживало 1,8 млрд. человек. По прогнозу, к 2050 году ожидается 12 млрд. чел. Причем, что особенно важно для темы дальнейшего разговора, население в северном полушарии планеты прибавляется значительно медленнее, чем в южном. Этот простой факт не может не влиять на все стороны бытия, в том числе и на журналистику. Важно ответить на вопрос: как демографические, социокультурные и экономические закономерности технотронной эры влияют на журналистику? Каковую миссию призвана выполнить сегодня журналистика? Каковы ее перспективы? Как масс-медиа функционируют в ситуации сближения наций (и в то же время в ситуации явного конфликта цивилизаций)? Как меняется сегодня язык СМИ

---

<sup>1</sup> Для улучшения состояния среды обитания требуются поистине громадные суммы. Например, чтобы в США, которые гораздо больше других поставляют в атмосферу углекислого газа, сократить его выбросы на 50%, заменяя угольные электростанции на атомные, потребуются, по крайней мере, 50 трлн. долларов. При этом в течение 38 лет каждые 2,5 дня надо будет устанавливать один реактор. Подсчитано, что в Западной Европе для контроля и очистки промышленных отходов в 1992 году требовалось 120 млрд долларов, а в США в 1994 г. — 200 млрд. Затраты явно нереальные. Но даже не в этом дело. Искусственное поддержание стационарного состояния окружающей среды на каком-то локальном участке — это дополнительное потребление энергии, а значит ухудшение в остальной части биосферы. Все меры, принимаемые сегодня в области экологии, не более чем заметание сора под кровать. [http://www.situation.ru/app/j\\_art\\_426.htm](http://www.situation.ru/app/j_art_426.htm).

под влиянием английского языка.<sup>2</sup> Вопросов много, все они злободневны. Их решать целесообразно с опорой на информационно-культурологический метод познания общих законов функционирования масс-медиа как важнейшего «модуля» современного социального бытия. Широкий подход к предмету уместен в разговоре о судьбах журналистики как глобализирующегося индивидуально-коллективного творчества.

Отталкиваясь от существующих мнений, в первую очередь — от западных теорий масс-медиа, необходимо выдвинуть идею сбалансированной междисциплинарности в решении насущных методологических задач сегодняшней журналистики. Междисциплинарность как осознанная и принципиальная установка отражает стремление ученых не только к расширению дисциплинарных границ в процессе обсуждения многоаспектных тем, но и методологический поворот в сторону смежных гуманитарных и «точных» наук. Так, говоря о влиянии пиара на журналистику, нельзя обойти стороной политологическую составляющую массовых коммуникативных процессов. Интердисциплинарность — во многом является порождением культурной и научной глобализации, причем в то же время это и вневременная иерархическая коммуникативная технология, ядром которой в теории журналистики стали филологические и культурософские теории последних десятилетий. Имена М. Бахтина, А. Лосева, Ю. Лотмана, С. Аверинцева и др. особо значимы для теории массовых коммуникаций. Как справедливо отметил В. И. Сапунов, «изучение современного коммуникационного пространства в контексте системного влияния СМК на общество вызвало к жизни в западных, особенно англоязычных, странах особую мультидисциплинарную ветвь теории коммуникаций — “media effects” (влияние СМК)»<sup>2</sup>. «Медиа-эффекты» имеют долговременный глобальный характер. Их внутренняя логика и мера могут быть более надежно описаны именно в контексте глобальных перемен в нашем «мире бушующем».

Поиск выхода из глобального системного кризиса — вот задача мировой науки и всех заинтересованных лиц и организаций. Глобализация, свидетельница и соавтор отмеченного философами общечеловеческого кризиса, стала постоянной темой журналистики уже в середине XX в., но изучать ее в контексте самих глобализирующихся СМИ стали сравнительно недавно. Учебных пособий не так уж и много, написаны они в разных странах, где по-русски не говорят, а западный опыт в этой сфере трудно переоценить. Культура англосаксонского мира стала базой и символом медийной глобализации в XX

---

<sup>2</sup> См., например: Bryant, J., Zillmann, D. Eds. *Media effects: Advances in theory and research*. Mahwah, 2002. Durham, M.G., Kellner, D.M. Eds. *Media and cultural studies: Key works*. Malden, 2001. McQuail, D. Ed. *McQuail's Mass Communication Theory*, 4th ed. London, 2000. Salwen, M.B., Sacks, D.W. Eds. *An integrated approach to communication theory and research*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 1996.



в. Запад как геополитический и мировоззренческий концепт может быть более плодотворно освоен теорией коммуникации с помощью материалов англоязычных масс-медиа и в частности — публицистики последних двух столетий. Западные журналисты создали за последние триста лет Мегадискурс, значение которого только начинает выявляться в его исторической ретроспективе и перспективе. Журналисты Запада всегда боролись за непредвзятость суждений, оперативность информирования масс, за максимальную точность детали (о результатах умолчим). Об этом и пойдет речь далее.

## 1. О терминах и теориях

Итак, что же такое глобализация как термин в гуманитарных науках? В качестве самого общего и предварительного рабочего определения можно сказать следующее: «глобализация» — это объективный процесс сближения стран и народов в Новое и новейшее время, включающий в себя все стороны человеческого бытия. Понятие, ставшее популярным в последние десятилетия, вначале характеризовало состояние мировой экономики, сформированное финансово-экономической деятельностью Европейского союза, США и Японии, а позже распространилось на политику и культуру всего мира. Интернациональные формы хозяйствования обеспечили интеграцию различных «экономик» в единое пространство. Если иллюстрировать эту мысль наиболее просто, то можно припомнить историю мировых сырьевых кризисов. Кризис в США вел к кризисам во всем мире по принципу «домино». Цена на нефть в XX в. определила процветание многих стран, добывающих «черное золото». В то же время, когда Россия стала частью мирового рынка, разрушив «железный занавес», то повышение цен на нефть неизбежно повлекло за собой повышение цен на бензин и на внутреннем рынке. Сегодня мы догнали Америку по этому показателю, сохранив многократный разрыв в зарплатах, делаящий наших граждан «бедными родственниками», наблюдающими и осуждающими «веселый пир» нефтяных олигархов.

Впервые, как предполагают историки культуры, сам термин употребил американский ученый Т. Левитт в 1983 году для обозначения феномена слияния рынков отдельных продуктов, производимых транснациональными корпорациями. После публикации статей профессора Гарвардской школы бизнеса К. Омэ глобализацией стали называть любые интеграционные процессы<sup>3</sup>. После выхода в свет работ теоретика коммуникативистики М. Маклюэна («Понимание

---

<sup>3</sup> Долгов С. Глобализация экономики: новое слово или новое явление? — М.: Экономика, 1998; Кузнецов В. Что такое глобализация? // Мировая экономика и международные отношения (МЭМО). — М., 1998. — №2.

медиа», «Война и мир в мировой деревне» и т.п.) мировое научное сообщество сформулировало идею дальнейшей эволюции продукции СМК — нового фольклора, вовлекающего всех нас в единый континуум планетарной Жизни как сосуществования разных идентичностей. СМК способствуют ежедневной интеграции стран и народов в новый Интернационал. Повсеместная интеграция масс только началась, но ее перспективность очевидна.

В.И. Вернадский ввел в связи с этим термин «ноосфера», «сфера разума», что позволяет сделать вывод: первый период формирования теории глобальных процессов охватывает третью четверть XX века, а сами процессы уходят корнями в седую древность. Александра Македонского можно условно назвать глобализатором, ибо всякое имперское мышление трудно представить вне глобальных планов геополитической экспансии. Британская или Российская империя объединяли не только пространство, но и культуру народов, живущих на их территории. Марксистская мечта о мировой революции тоже была предтечей современной тяги к универсализму и мировому гегемонизму.

Корни рассматриваемого далее (с точки зрения медийного универсализма) явления глобализации СМК уходят в начало эпохи первоначального накопления капитала. Само общество при капитализме было индустриальным и массовым, что и определило рост объемов массовой информации, а это в свою очередь ускорило мировой культурный обмен. Именно ускорение и неконтролируемое увеличение объемов культурной информации и заставляет так пристально смотреть вдаль, где на линии горизонта маячат большие информационно-культурные проблемы, от которых не вернуться ни нам, ни нашим внукам. Активизация обмена информацией и знаниями — вот глобальная тенденция современной истории! Она повлияла на рост доли интеллектуальной составляющей в мировом валовом продукте XX века. Таким образом, понятие глобализации, прочно входящее в научный оборот, породило в теории массовых коммуникаций ряд концептов, одним из которых является концепт «медийная глобализация», смысловое наполнение которого будет дано ниже. В качестве рабочего термина «медийная глобализация» может быть определена как совокупность интегративных процессов в масс-медиа, направленных на расширение коммуникативного пространства во всем мире, на достижение эффектов тотальности и унификации информационного сервиса в международном масштабе.

О неотвратимости перехода к планетарному мышлению в нашей стране одним из первых стал говорить академик Н. Моисеев, который постулировал: «Неизбежность (я думаю, скорее, необходимость) перехода планеты и общества в качественно новую стадию их совместной эволюции осознается естественнонаучной мыслью с начала века. Но теперь, в последние десятилетия нашего столетия, неотвратимость перемен стала наглядно осязаемой

и доступной самым широким кругам общественности. ...Глубокие исследования проблем взаимодействия человеческой активности и условий жизни общества были проведены Международным институтом жизни (Institut de la Vie), показавшие, что практически любая форма научно-технической деятельности, если она проводится без достаточного контроля общественности (планетарного гражданского общества, которое еще предстоит создать), грозит катастрофическими последствиями и для организма человека, и для самой биосферы, а, следовательно, и для общества в целом!... На этом витке истории человечества цивилизации технотронного типа родили новые стимулы развития общепланетарной цивилизации, если уместно употреблять такой термин. Может быть, лучше сказать — дали человечеству новые средства обеспечения собственного (общепланетарного) гомеостаза»<sup>4</sup>.

Цель журналистской деятельности заключается в информировании и ориентировании граждан, с тем, чтобы помочь сделать верный выбор в сложных мировоззренческих хитросплетениях эпохи. Исходя из этой аксиомы, медийную глобализацию можно трактовать как переход к унифицированным (гомогенным) способам информирования масс и конвейерному способу распространения новостей и культурного опыта для всего мира. Язык информационных потоков тяготеет к стандарту, а личностное начало коммуникатора влечет его к самореализации с помощью Слова. Отсюда и амбивалентность медийного Мегадискурса, противоречия профессии, споры о журналистике и публицистике как видах одного рода деятельности.

А что такое «модуль» как термин коммуникативистики? Прежде всего, думается, надо подробнее оговорить условность терминологической метафоры. Ее назначение — представить более наглядно изменение функций журналистики в эпоху НТР, когда техника позволяет многое узнавать не из масс-медиа, а из других источников (кино, видео, сотовая связь, «сидром»). В то время понятие модуля, будучи понятием, корреспондирующим с постоянной величиной, полезно как указатель на неизменность предназначения СМИ — быть «осведомителем» (так в Англии в 18 веке называли первых журналистов).

Модуль мировой журналистики, если пытаться мыслить в духе заявленного информационно-культурного глобализма, претворяет в схемы все многообразие медийного творчества. Модуль как обозначение какого-либо звена, узла в системе более общего целого, как аналог слова «коэффициент» (постоянная величина), состоит (по нашей версии) из трех подсистем:

1. Подсистема социально-экономического развития. Это бинарная оппозиция «материальное — духовное». Иначе говоря, СМК — это часть не

---

<sup>4</sup>Моисеев Н. Современный антропогенез: цивилизационные разломы Эколого-политологический анализ // Вопросы философии. — 1995. — №1. — С. 3-30.

только идеологической надстройки, но и базиса общественной жизни, часть бизнеса (новость-товар), и одновременно СМК — это часть духовной жизни, масскульт, часть культурного опыта народов, основанного на финансиализации данного опыта.

2. Подсистема духовно — интеллектуального творчества. СМК как бинарная оппозиция «творчество — ремесло (производство — воспроизводство опыта)». Это означает, если говорить о мировой журналистике, противоречие между творческими потенциями профессии и их стандартизации, конвейеризации.

3. Подсистема научно-популярного информирования масс. СМК как бинарная оппозиция «научно-объективное — обыденно-эмоциональное»

Модуль (можно в данном конкретном случае употребить и привычный термин «модель») призван выразить именно глобализированное понимание мировой журналистики как части («узла») культуры, как системы «узлов связи» для диалога разных сфер бытия. Исходя из функциональной специфики рассматриваемого вида деятельности, назначение «модуля» — адекватно передавать факты реальности, скрупулезно фиксировать событийно-бытийную структуру существования. Модуль — это коэффициент Повседневности, константа исчезающей в Лете хроники каждодневной жизни масс, это реализация инстинкта познания, человеческого любопытства, интереса к Другому, это катализатор межкультурной коммуникации во всемирном масштабе.

Лингвокультурологическое оснащение модуля предполагает максимально строгое разграничение отдельного журналистского текста (ЖТ) и других видов текстов, а также разграничение обычной речи и медийного дискурса (МД). С языковой точки зрения, как давно отмечено российскими учеными, журналистский текст — это целостная организация, построенная по законам и нормам того или иного языка, она представляет собой некоторую систему языковых знаков. Журналистский текст всегда есть нечто большее, чем линейная последовательность фраз; он, как и любой связный завершённый текст, представляет собой структурированную целостность, систему уровней, смысл которых может (должен?) изучаться, если мы находимся в сфере предлагаемого информационно-культурологического подхода к СМИ, по аналогии с литературным текстом. Изучение отдельного ЖТ — самостоятельная теоретическая задача, малоосвоенный методологический массив для культурологов, филологов и медиакритиков. Публицистический стиль, поэтику публицистического текста (ПТ) нельзя сегодня плодотворно изучать без учета данных лингвокультурологии — междисциплинарной науки, идущей по пути укрупнения познаваемого объекта.

Язык остается фундаментом коммуникации и в эпоху визуализации дискурсов. Подчеркивая сущностную роль языка в создании медиа-продукции,

коммуникативисты (Дж. Фиск, Д. МакКуэйл, Дж. Карен и др.) видят в нем систему знаков для отображения (репрезентации), инструмент и способ создания «конвенционального набора значений»<sup>5</sup>. В исследованиях зарубежных ученых, посвященных рассматриваемым ниже вопросам, обозначены различные аспекты проблемы: связь речевых кодов с политической структурой общества (L. Althusser, B. Bernstein, D. Hymes, C. Cherry); методы коммуникации в правительственных институтах, промышленных организациях (M. De Fleur, V. Evans, C. Miller); язык и модели поведения индивида в социуме, ролевое поведение индивида и язык социальных ситуаций (N. Chomsky, J. R. Firth).

Выделение в языковом общении (как виде человеческой деятельности), а, следовательно, и в самой системе языка (как средстве общения) специальных прагматических свойств входит в содержание самого речевого акта, это — фундамент любой речевой деятельности, и в каждом фрагменте коммуникативного процесса содержится момент взаимодействия партнеров по коммуникации. Медийная информация существенно отличается от информации бытовой, а также от сугубо научной, художественно-литературной, бизнес-информации и т. д., что вполне понятно: СМИ обслуживают широкие массы потребителей, часто малоподготовленных и нелюбопытных, для которых беспроblemное понимание сообщения — непреложная точка отсчета. ЖТ, в отличие от научных текстов, не претендует на глубину и аргументированность анализа, в отличие от создателей художественных текстов, журналист не ставит своей целью создание эстетических ценностей (исключения есть, но они лишь подтверждают правило).

А с другой стороны, будучи социальным институтом немедленного реагирования на события вокруг нас, журналистика, если иметь в виду качественные СМИ, по возможности адекватно отражает все усложняющиеся отношения в социуме, которые не всегда выразишь «простыми словами». Отсюда — то наблюдаемое нами ежедневно усложнение языка журналистских текстов, постоянное появление специализированных и научно-популярных изданий и многое другое, без чего масс-медиа не могут существовать. Отсюда и явление эссеизации как реакции человеческого ума на Ниагарский водопад «трудноперевариваемых» фактов, о которых хочется сказать «не мудрствуя лукаво». В СМИ слово можно взять (теоретически) любому гражданину. В математике, например, это запрещено, и чтобы писать в специализированные издания, необходимо знать не только таблицу умножения. Иное в сфере масс-медиа. Известно, что журналистика — это профессия, помогающая не только разобраться в бесконечном многообразии событий, но и выразить

---

<sup>5</sup> Fiske J. Introduction to Communication Studies. London and New York, 1997. P. 14. Curran, J., Gurevitch, M., Woollacott, J. The Study of the Media: Theoretical Approaches // Gurevitch, M., Bennett, T., Curran, J., Woollacott, J. Culture, Society and the Media. Part 1. — London, 1982. — P. 27.

себя, высказать «на миру» свою позицию. Желательно, чтобы это была гражданская позиция.

Конечно, те, кто принимает решения, не любят журналистов, ибо последние выражают общественное мнение, критикуют власть. Рассматривать масс-медиа как простой инструмент связи управляемых и управляющих, а еще лучше как инструмент манипуляции, куда как удобно. Поэтому и поощряются корпоративные СМИ, нелюбопытные журналисты, теории, предписывающие данной профессии стандарты невмешательства. Мол, дело журналиста — фиксировать то, что есть. Это очень коварная теория, тем более что она неуязвима для серьезной критики. Любой серьезный автор, анализируя кодексы и законы, посвященные СМИ, согласится с тем, что факт должен стоять во главе угла, а СМИ фиксируют то, что есть на самом деле, строго разграничивая доказанные (желательно, задокументированные и поддающиеся верификации) факты от домыслов, мнений, фантазий и т.п. Искать такие факты — первый долг журналиста, миссия профессии, которую выполнить трудно. Миссия не всегда выполнима. Но идеал таков. С этим не поспоришь, ибо это мировая стратегия и самоочевидная аксиома, без которой рухнет остальное.

Но посмотрим на вопрос под другим углом зрения. Репортер ищет факты, но в силу вечного цейтнота, как уже отмечалось, он не может их анализировать и типологизировать с необходимой глубиной. Для этого есть публицисты, эксперты, обозреватели, другие лица, компетентные в обсуждаемом вопросе. Поэтому и авторство все чаще становится коллективным. Из этих аморфных сентенций следует гипотеза: только та журналистика может считаться качественной, которая соединяет этический кодекс репортера, аналитический пафос публициста и научность суждений эксперта. Только та журналистика имеет право на историческую перспективу, которая не просто информирует, но учит мудрости. Иначе она изменит свою природу, станет частью СМК, не требующей авторства. Репортеры с дипломами бакалавров будут искать факты, а эксперты — их анализировать и комментировать. Что уже иногда и происходит. Идеалом в этой ситуации считается объективность. Но это не объективность, а объективизм!

Теория объективизма плоха тем, что предписывает «неангажированность» коммуникатора. Мол, пропаганда устарела, морализаторство нудно и бессмысленно, проповедь идеала наивна. Все отчасти и так (поэтому теория и коварна), да и не так. Пестрая, стремительно меняющаяся, освещаемая миллионами умственных «пржекторов» действительность настолько раздроблена, фрагментарна, что лишает журналиста, всегда пребывающего в цейтноте, возможности обрести концентрированный, глубокий взгляд на события. В условиях глобального тиражирования новостей и «масскультурного» бега за сенсациями авторство журналиста все чаще оказывается не только «усечен-

ным», но и прямой фикцией. Много в СМИ репортеров, собирающих материал для редакторского конвейера, которые не знают о конечном результате своего труда, а читатель не знает их.

Журналистские тексты как кванты социальности обязаны быть правдивы, но еще важнее, чтобы правда деталей не камуфлировала большую ложь неверной концепции. Оказываясь в плену у ложной теории, практики СМИ заставляют людей верить в разум партии и правительства, в благородство олигархов, в приемлемость пенсий ниже прожиточного минимума. Во всем мире идет спор о путях развития журналистики. И язык этого обсуждения отражает движение глобального Модуля журналистики в системе других социокультурных модулей и моделей.

Говоря о глобальных теориях эволюции масс-медиа, нельзя пройти мимо работ воронежского ученого В. И. Сапунова, исповедующего социально—экономическую методологию изучения обсуждаемой проблемы. Достижением отечественной коммуникативистики стала докторская диссертация, защищенная на факультете журналистики ВГУ и посвященная функционированию информационных агентств (далее — ИА) в мировом медийном пространстве. Особо актуальна глава «Теоретико-методологические особенности исследования современного медиапространства Запада», где дано обоснование политэкономического подхода к СМИ. Методология В. Сапунова, при всей ее марксистской реминисцентности, абсолютно адекватна и соответствует цели работы. Опираясь на опыт западных социологов, коммуникативистов и теоретиков журналистики (Ю.Хабермас, Э. Тоффлер, Г.Шиллер, Н.Хомский, Э.Херман, Р.Макчесни, О.Бойд-Баррет, Г.Мердок, Р.Милибанд, Н.Гарнем, П.Голдинг и другие), автор рассмотрел многие концепции западных ученых, позволяющие более объемно представить масштаб манипулятивно-инструментального воздействия медиaproдукции ИА на социум.

Достоинством методологии В. Сапунова следует считать ее последовательность и непротиворечивость в системе избранных ценностных координат. Он доказательно утверждает, что в западном капиталистическом обществе, где большинство СМК организованы как бизнес-предприятия, ведущей является тенденция к концентрации производства и монополизации, масс-медиа, которые сосредотачиваются в руках ограниченного количества людей. Происходит кумуляция ценностей, которая формирует надежную идеологическую систему. Можно предложить и другое толкование противоречий в деятельности ИА, но и данный взгляд на природу современных медиадискурсов вполне убедителен и дает ключ к анализу самых разнообразных приемов влияния СМИ на массы.

Скрупулезный анализ такого явления, как самоустранение журналистики из сферы ответственного и гуманистически ориентированного информиро-

вания аудитории, который мы находим в работах В. Сапунова, позволяет делать научно значимые выводы о трансформации международных ТНК и медиаконцернов, приобретающих черты постмодернистских медиаторов, релятивизирующих новости и уходящих от непредвзятого анализа социальных конфликтов в сферу гедонистического «спектакля». Абсолютно верен и такой вывод: «Политическая экономия международного медиапространства по-прежнему иллюстрирует дуополию Рейтер и АП, при уменьшающемся влиянии АФП»<sup>6</sup>. Действительно, битва гигантов завершилась победой англосаксонской культуры. Изучение опыта, который и является в данной ситуации гарантом ненадуманной актуальности рассматриваемой нами проблемы.

Журналисты в условиях глобализирующегося мира теряют статус ключевых субъектов коммуникации, нет былой «профессиональной автономии» журналистов. Вот что пишет об этом В. И. Сапунов: «То, что на Западе «независимыми» считаются СМИ, «независимые» от государства, — высшая степень лицемерия, так как такие СМИ не свободны от капитала, формирующего буржуазную элиту и, в конце концов, образующего государственную власть. СМИ — яркий пример того, что буржуазные конституции «забыли» защитить человека от капитала, предоставив принадлежащим монопольному капиталу масс-медиа возможность фильтровать информацию во всех сферах и превращать реальную политику в фикцию»<sup>7</sup>.

Все это так. Однако нельзя идти вслед за В. Сапуновым в фарватере пессимистов от медиакритики. Да, выводы получаются мрачные. Но лучше уж слепая вера в прогресс и улучшение СМИ, чем согласие с апокалиптическим кликушеством в науке. Уныние и нигилизм не рожают масштабных позитивных выводов. А без оных наука переходит в зубодробительную публицистику. Нельзя считать, что кто-то намеренно порождает глобальные проблемы. Колесо истории идет само по себе, а люди лишь слегка способствуют его ходу или мешают<sup>8</sup>. Воронежский исследователь высказывает в своих работах достаточно спорную мысль о тотальном господстве в мировых СМИ финансово-спекулятивного капитализма, который, мол, резко интенсифицировал «нео-

---

<sup>6</sup> См.: Сапунов В. Зарубежные информационные агентства в современном медиапространстве. — Ч. 1. — Воронеж, 2005. — С. 7.

<sup>7</sup> Сапунов В. Мировые информационные агентства: системное воздействие на аудиторию. — Воронеж, 2007.

<sup>8</sup> Футурологи в замешательстве: трудно быть оптимистом, но нельзя и унынно предаваться. Вот почему так много осторожно-оптимистических моделей будущего, немало и надежд на коллективный разум, надежд на элиту планеты. Когда-нибудь все должно быть хорошо. Мол, придет барин. А когда? У сторонников глобализации совокупный ответ примерно таков: когда найдем всемирный консенсус. Когда делами будут руководить ученые, мол, когда планетой будет управлять единое Правительство, тогда и ситуация улучшится. Свежо предание. Но хочется верить... Правда, мы уже строили коммунизм...



либеральную организацию производства», а та, в свою очередь, становится «неотъемлемым компонентом медиастратегий, усиливая такие тенденции, как коммерциализация, унификация и примитивизация информации»<sup>9</sup>. Думается, не стоит забывать, что либеральная идеология в свое время положила конец прямой репрессивной цензуре, а заодно и сословным предрассудкам, обеспечив идейную победу республиканизма в политике. Критикуя неолиберализм, мы в России подчас невольно ностальгируем ... по сталинизму. Логика спора такова, что западнизм, как его понимал А. Зиновьев, выродившись в псевдodemократический бюрократический социальный миропорядок, дискредитировал идеал Свободы, за которую сражались американцы, создавая независимое государство. Западнизм не должен ассоциироваться с неолиберализмом как доктриной рыночной конкуренции. Неолиберальный Медийный Дискурс — это великое достижение западных СМИ, отстаивающих права человека и независимость личности от чиновника и секретных служб. А вот самобытно-патриотический Дискурс, популярный в СМИ России, обернулся шовинизмом, расизмом и всеобщей агрессией населения, обманутого лжелибералами. Хотя и это утверждение спорно и не претендует на истинность.

Близки к социологическому полюсу анализа идеи немецкого социолога Никласа Лумана, уделившего немало внимания проблеме освещения событий текущей жизни в новостях СМИ<sup>10</sup>. Его коммуникативная модель общества всеохватна, универсальна и соответствует критериям глобального мышления в медиакритике. Она базируется на современном понимании теории систем. Коммуникация «не имеет пространственного места», т.е. не привязана к региональным обществам, она сама определяет значение социального пространства и ограничивает его. При таком ракурсе рассмотрения возникает вопрос о структурировании коммуникативных систем и в более широком контексте — о новом подходе к параметрам социального порядка в информационно-коммуникативном обществе. У Н. Лумана эта проблема обретает формулировку следующего вопроса: «как могла бы строиться система, которая превращает невозможное в возможное, невероятное в вероятное?»<sup>11</sup>. Крупный немецкий социолог начинает свою монографию «Реальность массмедиа» (перевод дает

---

<sup>9</sup> Сапунов В. Мировые информационные агентства: системное воздействие на аудиторию. — Воронеж, 2007.

<sup>10</sup> Одним из самых ярких примеров является Миллениум. Именно средства массовой информации представили смену тысячелетий в качестве основного и глобального события. Однако Миллениум является примером событийного инфотейнмента, за которым скрываются меркантильные интересы медийных магнатов. Сегодня российское телевидение практикует приемы нагнетания сенсационности. Необходимо заметить, что данную практику используют и «желтые» издания.

<sup>11</sup> Луман Н. Невероятность коммуникации // Проблемы теоретической социологии. — Вып. 3. — СПб., 2000. — С. 44. А также: Луман Н. Понятие общества // Проблемы теоретической социологии. — СПб., 1994.

именно такое написание слова) следующим парадоксальным заявлением: «То, что мы знаем о нашем обществе и даже о мире, в котором живем, мы знаем благодаря массмедиа»<sup>12</sup>. Можно поспорить, заявив о росте числа нечитателей газет и противников ТВ. Можно говорить о науке как источнике объективных сведений о мире. И все это будет верно. Но автор монографии пишет о массах. И это меняет ракурс дискуссии. Он отбрасывает элиту общества как тонкий слой на поверхности океана. Н. Луман, как и М. Маклюэн, уверен, что телевидение стало не просто главным источником новостей для всех жителей планеты, но и формовщиком душ, духовным наставником поколений, выбирающих пепси и сериалы. Он считал, что форму телеинформирования определяет ее мозаичный, фрагментарный характер теле вещания, поэтому и восприятие мозаично, а зритель уподобляется художнику, собирающему образы из набора точек. Массмедиа, по Луману, суть «все общественные учреждения, которые используют для распространения сообщений технические множительные средства»<sup>13</sup>. Это первая, самоочевидная реальность СМИ. Луман придерживается позиции так называемого радикального конструктивизма, которую в данном случае формулирует следующим образом: когнитивные системы не в состоянии различить условия существования и условия познания своих объектов. У них нет доступа к иной реальности, кроме той, какую они сами же и конструируют. Это и есть вторая реальность массмедиа. И следует не критиковать их за искажение подлинной реальности, а изучать те способы, какими они конструируют свою реальность. Предпринятый Н. Луманом и одновременно лингвистом Ван Дейком анализ новостийного дискурса с целью выявления механизмов обработки информации представляется перспективным подходом к исследованию «внутренней ментальной природы индивида как инициатора и участника медиа-коммуникации»<sup>14</sup>.

Близка методологии Н. Лумана книга Р. Коллинза «Социология философии: Глобальная теория интеллектуального изменения» (США, 1998) Соотношение микро — и макроуровней социальной коммуникации у Коллинза близко по описанию синергетическому пониманию самоорганизации медийного общения, где принципиальна значимость виртуальности, а символы не только осуществляют смысловую и организационную фильтрацию на «свое» и «чужое» (у Лумана «восприятие и отклонение»), они позволяют участникам фокусировать внимание на одном и том же объекте или действии. Причем каждый осознает, что другой удерживает этот фокус внимания. Подобная коммуникативная структура отвеча-

---

<sup>12</sup> Луман Н. Реальность массмедиа. — М., 2005. — С.8.

<sup>13</sup> Там же.

<sup>14</sup> Луман Н. Понятие общества // Проблемы теоретической социологии. — СПб., 1994. Также: Дейк Т.А. Ван. Язык. Познание. Коммуникация. — М., 1989. Van Dijk T.A. (ed). Discourse Studies. — London, 1997.

ет еще одному синергетическому условию самоорганизации — она формируется вокруг негэнтропийного источника, питающего своей энергией процесс формообразования. У Коллинза — эта особенность характеризуется аналогичным образом: интенсивность интерактивных ритуалов порождает особую «моральную силу»<sup>15</sup>. Космологизация коммуникативного пространства наиболее ярко прослеживается у Коллинза, когда он приступает к описанию интеллектуальных интерактивных ритуалов, архетипических и сакрализованных по своей сути<sup>16</sup>. Для него ритуал и миф — это естественное проявление социальности, состояние культуры общения в любые времена, с чем можно и не согласиться. Ведь даже в эпоху античности Космос структурировался, тематизировался и рационально выстраивался с помощью Логоса (кстати, одним из значений данного термина, как известно, и является «разум», хотя и «слово» тут к месту). Преувеличение иррациональных моментов в массовых коммуникациях не присуще нашим отечественным теоретикам. Например, Л. Землянова регулярно вступает в полемику с западными коллегами.

## 2. Медийная глобализация и изменение профессиональных стандартов журналистики

Журналистика как профессия призвана отразить и исследовать событийно-бытийную сторону человеческого существования. Ее идеал — знать все обо всем. Идеал, конечно же, не достигается, но само усилие обществом поощряется. В эпоху трансграничного лавинообразного движения потоков информации (отсюда и термин «информационное общество») обилие событий нередко становится барьером для коммуникантов. Отбор событий для освещения в СМИ становится глобальной проблемой. Информация для журналистов — это то, что интересует многих, то, что можно подать как «новость», т.е. прежде всего событие и факт из сферы социальной жизни, а потом уже масс-медиа «перерабатывают» все прочее, в том числе и частные дела граждан. Хроника Повседневности не может быть хорошим инфотоваром, т.к. люди хотят знать что-то интересное, сенсационное. Это закон массовой культуры<sup>17</sup>. Медийные события нередко организуются вне

---

<sup>15</sup> Коллинз Р. Социология философий: Глобальная теория интеллектуального изменения. — Новосибирск, 2002.

<sup>16</sup> Там же.

<sup>17</sup> Под массовой культурой следует понимать все блага потребления, предоставленные в распоряжение публике (в самом широком смысле этого слова и независимо от всяческих различий в категориях дохода и профессий) благодаря средствам массовой коммуникации в условиях технической цивилизации. Цит. по: Кукаркин А.В. Буржуазная массовая культура: Теория, идеи, разновидности, образцы, техника, бизнес. — М., 1997. — С. 56.

связи с реальностью, в результате создания псевдособытий, как их понимает современная коммуникативистика.

Политэкономия глобализационных процессов, конечно же, влияет на развитие СМИ в двадцать первом веке. Учитывая взаимосвязь финансиализации, а точнее сказать, маркетизации духовной жизни, обусловленной каноном массовой культуры, с медиаглобализацией, можно уточнить данное ранее рабочее определение ключевого концепта. Можно сказать, что глобализация как многофакторный синергетический процесс производства и потребления продукции масс-медиа выражает, прежде всего, темпоральную динамику интеграционных процессов, ведущую к «уплотнению» пространственно-временных параметров межкультурной медийной коммуникации. Об этом на Западе писали видные коммуникативисты Э. Тоффлер и Н. Луман.

СМИ Запады вошли в эпоху глобализации с явным перевесом в технике и финансах. Гипермонополизация и финансиализация медиабизнеса стала фактом всемирной истории именно благодаря западному опыту. Новой стадией рассматриваемого процесса стало изобретение Всемирной Паутины, чуда XX столетия, которое перечеркнуло значение войн и революций. Интернет обеспечивает неслыханный прежде доступ к информации и расширяет возможности глобальной коммуникации. Интернет скоро станет новым виртуальным измерением самоорганизации человечества в XXI веке. Это итог тысячелетней эволюции гомо сапиенс.

Отправной точкой любых размышлений о медийной глобализации должно стать соглашение, что журналистика отражает в первую очередь событийно — зловещую сторону культуры. События и факты — хлеб журналиста, его судьбы и выбор. Для художника таким выбором является образность. Для юриста — закон. Для Дон-Жуана — женщина. Для медиакритика — чужой текст и т.д. Событийность в масс-медиа в свою очередь связана вначале с жанром новости («информация» в узком смысле термина), а потом уже концепт существует в любых других формах. Смерть события в момент фиксации (особенно показа), превращающей событие в отраженное событие, аксиома дальнейшей «наррации», т.е. (в нашем конкретном случае) научно-популярного повествования об информационно-культурном бытовании медийных текстов в лоне национального языка. Нарратив, как написанная кем-то история, подлежит интерпретации, что постоянно «исправляет» предшествующую подлинную историю. Здесь есть опасность извращения смысла «мессиджа». Есть и другие вызовы и опасные повороты. А не захлебнется ли журналист в водовороте чужой жизни? Не будет ли глобализация масс-медиа дорогой к толпе одиночек? Будем ли мы вести бесконечные споры о манипуляциях и войнах или медийный Мегадискурс выполнит роль объединительного народного и международного диалога, помогающего преодолеть

непонимание и раздор? Вот вопрос на ближайшее столетие! И о футурологической стороне глобализации надо говорить больше. Коммуникативистика, как известно, изучает самые различные коммуникативные акты и процессы, прежде всего процессы общения, межличностного и межгруппового, а также механизмы порождения «мессиджа», в роли которого обычно выступает вербальный «текст», основной носитель смысла в журналистике. Однако сегодняшним противоречием в эволюции языка СМИ является чрезмерное увлечение экспрессивами, особенно метафорикой, что особенно заметно в публицистике «эстетической», стремящейся в идеале к литературе. Эпоха постмодерна востребовала релятивистски-игровой подход к проблеме общения, в СМИ хлынул поток «стеба», намеренной многозначности образов, тотальной иронии, что нередко затрудняет процесс интерпретации чужого слова. Смысл расплывается под напором иронии. Автор прячется за маской сказителя или безличного «мы». Постмодернизм, отменяя иерархию ценностей, освобождает ПТ от благоглупостей гражданственности, от ангажированной патетики, но в то же время порождает антигитлеровскую скептическую улыбку, подобную улыбке Чеширского кота. Ясность мысли уступает место намеренной двусмысленности. А это меняет как стиль МД, так и картину мира, и облик человека, оказавшегося заложником массовой культуры с ее усредненным либо намеренно вычурным, экстравагантным языком. Теряется идеал общения — его прагматическая и понимающе — коммунальная цель. А любая творческая деятельность базируется на каком-то целеполагании, идеальном представлении о конечном результате. Идеалы творцов служат импульсом к конкретной реализации замыслов, что и заставляет аналитиков начинать разговор о смысле творений с общей концепции автора, с его мировоззренческих позиций и т.п. Идеал охватывает любое смысловое (и эстетическое) целое и лежит в основе ценностного потенциала данного целого. Важны в этой ситуации, как нам представляется, уточнения слов «факт» и «событие». Представляется уместным говорить об «атомарных фактах» (АТ) и «первичных событиях» (ПС) в ЖТ и ПТ, имея в виду следующее.

В жизни есть факты, не вызывающие особых споров, признаваемые большинством. Таковы самоочевидные факты смены дня и ночи, времен года, видимых осадков, природных катаклизмов, рождения и смерти людей, их каждодневного бытия — словом, все признанные и задокументированные факты объективной действительности, поддающиеся проверке с помощью процедур верификации и фальсификации. Такие факты должны быть по определению конденсатом событийности, т.е. одномоментными сингулярными явлениями, взятыми из объективной жизненной реальности или из сферы человеческой субъективности. Например, факт смерти Ясира Арафата связан с первичным культурно-информационным событием, обрастающим деталями и становящимся

ся вторично-сложным (синтетическим) событием, важнейшими элементами которого можно считать споры вокруг отключения аппарата искусственного поддержания жизни, позицию семьи и соратников, международный резонанс. Соединения АФ порождают цепочки первичных событий, которые и служат исходным материалом для создания медийного дискурса (МД).

Логичным представляется вывод, что на основе АФ создаются другие (синтетические) факты, нередко имеющие небесспорный характер. Они в обычной информационно-культурной работе и служат материалом для журналистов и всех других людей, пишущих о каждодневной реальности. Атомарные факты жизни и первичные события, лежащие в основе медиаобщения, в современной медиаиндустрии все чаще вытесняются анализом вторичных событий, псевдопроисшествий, надуманных сенсаций. Такова природа человека: его больше волнует необычное, за сенсацию он готов платить. А интереснейшие события повседневности чаще отражает искусство, а не журналистика. Поиск полновесных журналистских фактов легче подменить их имитацией, муляжом. Легче взять из Интернета готовые мотивы для сенсационной статьи, нежели размышлять о старушке, просящей на хлеб в обществе изобилия, а тем более искать конкретных виновных в том, что голодающих старушек в обществе изобилия не становится меньше. Искать причины появления таких старушек в наших городах и селах тоже сложно, но можно, хотя, конечно же, журналист не имеет возможности давать спасающие старушек приказы, даже если истина вдруг откроется ему во всем ослепительном блеске. Переизбыток квазифактов и ложных сенсаций порождает «шум», мусор в информационном поле.

Таким образом, если учесть, что журналистский модуль существует в «зашумленном» инфопространстве, можно заключить, что борьба с шумами становится обоюдоострой. С одной стороны, переизбыток информации и барьеры восприятия мешают сотворчеству автора и реципиента, а с другой, повторяемость и дублирование являются условием воздействия СМИ на массы. Двусмысленность возникает и при попытке сделать ЖТ простым и кратким, ибо не все краткое является родственником таланта. И вовсе уж амбивалентны попытки преодолеть информационный шум с помощью директивных предписаний на тему: а что отбирать для масс? А что нужно народу? Шумы — органическое свойство профессии, и их в глобализирующейся журналистике становится все больше.

Задумаемся над таким простым феноменом, как интеллектуальный конвейер. Люди, работая на конвейере, редко развиваются интеллектуально-творчески. Работа может быть сложной, ювелирной, но схематизация физических и умственных операций всегда ведет к утрате «идееспособности», индивидуальности, «авторства». Древний мастер, создавая инструмент, неизбежно был универсалом. Современный рабочий, подкручивая одни и те же

гайки на конвейере, все реже становится мастером и творцом. Он не созидает, а выполняет чужой проект. Отсюда и нивелировка личности, утрата свойств продуктивности, заменяемых умением репродуцировать чужой опыт. Многих это устраивает. Но если в водоворот заорганизованности социума попадают миллионы... Ясно, что к журналистике это прямого отношения не имеет, аргумент слишком прямолинеен, но что-то говорит в его пользу и здесь. Тенденция к утрате авторской оригинальности и здесь — глобальная! В отличие от искусства, где проблема авторства является краеугольным камнем любой генерализации, в СМИ, где персонифицированное Слово явно уступает в количественном отношении слову коллективному.

Синдицирование материалов в СМИ становится нормой, журналистика «желтеет». Симулякром оказывается и нравственный выбор. Сказать или промолчать бывает («ой как») сложно. В тюрьму в демократическом обществе за ненужное слово не посадят, но премии, быть может, лишат. Самоцензура работает повсеместно, она становится нормой во всем мировом коммуникативном пространстве: это закон нашего бытия. В тоталитарных государствах свободу слова душит официальная цензура, в демократических — система культурных приоритетов. Мы, пишущие, сами рады порой наступить на горло собственной песне. В каждом из нас живет, но, увы, чаще умирает Автор!

«Истина философского дискурса формирует истину в процессе становления»<sup>18</sup>, — писал Мишель Фуко. Это же можно сказать и о журналистском творчестве, порождающем истину в процессе освещения и осмысления (Автором!) самих атомарных фактов действительности, в процессе анализа описываемой ситуации, анализа реакции реципиента, собственного Текста и т.д. Но когда времени нет, а его нет по определению, то, будь ты семи пядей во лбу, даже при желании не сможешь анализировать факты глубоко. Даже в лучших редакциях журналист обречен в спешке скользить по поверхности Жизни, кантовская глубина суждений навсегда останется для данной профессии недостижимым идеалом. А массам это, если верить рейтингам, и не нужно. Порочный круг. Культура основана на авторстве, но массам Автор, как правило, не нужен. Как вести себя в условиях массовизации культуры и SMK? Выбор для каждого отдельного журналиста суров. Для журналистики как массовой профессии выбор этот в эпоху глобализации утрачивает экзистенциальный смысл: тиски конкуренции резко ограничивают зону свободного выбора.

Характеризуя закономерности эволюции масс-медиа как части современной постмодернистской культуры, теоретик СМИ Джонатан Бигнелл писал: «Постмодерн ограничен от модерна доминированием визуальной коммуни-

---

<sup>18</sup> Фуко М. Слова и вещи // Археология гуманитарных наук. — М., 1977. — С. 382.

кации (dominance of visual communication)»<sup>19</sup>. Брошенная вскользь ремарка, думается, должна быть многократно повторена и выпукло представлена: поистине великий поворот от слова к изображению совпал с взаимопроникновением в масс-медиа трех типов коммуникации — вербально-журналистской, невербально-журналистской и околожурналистской. Окружающий нас мир, благодаря научному гению человечества, стал видимым для всех желающих, этот мир стал видекартиной. В фотографии, кино, ТВ, Интернет-сайтах люди увидели то, о чем раньше и не мечталось. Произошла мультимедийная конвергенция слова, картины, звука, а теперь и запаха. О типах и видах конвергенции и пойдет речь в данном разделе.

Близость к художественно — словесному творчеству, овеянному духом прекрасного, выступающего в роли «теина в чаю» (Н. Чернышевский), делает журналистику незаменимым ферментом мировой эстетической коммуникации. Эстетика — путь к гармонизации медийных коммуникаций. Эстетический идеал, предполагающий всеобщность шкалы ценностей, объединяет все пишущих и производящих тексты. Красота журналистского текста зависит от качества информации и масштабности анализа. Качество зависит от истинности позиции автора, хотя истина, как известно, не носит характер вневременной догмы. Истина, красота и добро, венчающие пирамиду общечеловеческих ценностей, таких, например, как свобода, равенство и братство, служат фундаментом любой полезной деятельности.

Политическая культура тоже стремится к идеалу прекрасного, ее коммуникаторы работают, используя красоту риторики и словесного действия. Журналистика может стать не только проводником передовых идей, но и воспитателем вкуса. Для этого и существуют специальные издания, «эстетическая» публицистика. И. Кант призывал ценить «незаинтересованное суждение», чистое созерцание Красоты. Медиакритики такую роскошь позволяют себе редко, но идеал именно таков.

Важнейшей частью культурно-эстетического полилога в глобальных масштабах выступает и пиар как стратегия гармонизации в социокультурной жизни, как фактор взаимопонимания и сотрудничества. Идеалы совершенного блага не чужды и рекламному творчеству, но в этом случае финансиализация отношений в реальной жизни чаще искажает эстетический идеал. Страдает нередко и сама Истина. Часто стирается грань между отбором фактов и скрытым враньем. Об открытой клевете или обмане здесь речь не идет — не тот жанр.

Представляется оправданной следующая гипотеза: постмодернизм стал популярен благодаря глобальной революции в масс-медиа. Ей предшествовала научно-техническая революция, венцом которой принято пока считать компьютер.

---

<sup>19</sup> Bignell J. Postmodern media culture. Edinburgh. — 2000. — P. 50.



А в сфере масс-медиа манифестацией идеологии постмодерна стала Интернет-коммуникация. И все это поглощает и унифицирует массовая культура. В подобной культурной среде медийная концепция бытия, виртуальная картина общества, картина мира отражают «дебаш знаков», как метко подметил Ж. Бодрийар<sup>20</sup>, что и ведет нас к проблеме подмены живой жизни искусственной картиной глобального виртуального Ниагарского водопада новостей, развлекательных передач, рекламы и т.д. Мозаичность и эклектизм современной культуры не только отразились в зеркале масс-медиа, но и были усилены, причем многократно, деятельностью журналистов, отказавшихся от попыток упорядочить или исправить хаотично несущийся поток существования. Мозаичность и эклектизм современной культуры не только отразились в зеркале масс-медиа, но и были усилены, причем многократно, деятельностью журналистов, отказавшихся от попыток упорядочить или исправить хаотично несущийся поток существования.

Отражением этих процессов в СМИ стала постмодернистская игра, в частности, игра лексическая. Вот лишь один пример. Когда разразился скандал вокруг дела «Б. Клинтон — М. Левински», то в американских газетах замелькал прецедентный заголовок «oval sex», основанный на обыгрывании названия «Овальный зал» (зал для официальных переговоров в Белом Доме, где президент Клинтон уединялся с Моникой), а также устойчивого выражения «oral sex», что (наличие факта орального секса) было доказано в суде. Интересно, что возник неологизм Lewinsky, который обозначает новую марку пылесоса и уже зафиксирован в ряде словарей!

Англицизация мировых СМИ стала очевидной. Слова типа «блокбастер», «блоггер», «фитнес» и т.п. несут в себе не только новые лингвистические потенции, но и явный культурологический смысл, влияющий на характер медийного стиля. Журналисты становятся пионерами диалога культур и субкультур, участниками коммуникативного процесса, далекого от гармоничного сотрудничества. Конфликтогенность сегодняшнего словоупотребления в СМИ очевидна: сами англицизмы нередко служат эпатажной позой автора, а использование тех же слов в ироническом контексте давно стало достоянием эстрады.

ЖТ бегут в мировом «информационно-энергетическом поле», или в самоорганизующейся текстовой реальности, в которой язык выступает в роли демиурга. Современную деформацию языка обычно рассматривают как расшатывание нормы (или изменение самой природы нормы: переход от принципа «норма как запрет» к принципу «норма как выбор»), вызванное исчезновением цензуры, а также «выходом на публику» огромного количества людей, не имеющих навыков публичной речи, причем, в качестве «противоядия» профес-

---

<sup>20</sup> См.: <http://www.megachip.info/mc/russo.htm>.

сора уныло предлагают интеллектуальное старье, предлагают «повышение языковой культуры» и «строгое соблюдение традиций». Но время другое. Возникла массовая мода специально нарушать грамматические нормы. Так, к примеру, появились «превед» (привет) и «медвед» (медведь) как особый тип молодежного бунта против культуры тоталитаризма. Великий Отказ от чтения сопровождается отказом от пунктуации и грамматики вообще. И стонать тут бессмысленно. Надо изучать явления, прежде чем их отвергать с порога.

В медийных дискурсах под влиянием глобализации меняется и язык межкультурного общения. Как относиться к данному факту? Хорошо ли, когда в наших газетах мелькает такая реклама: «Stimorol Pro-Z ... тот, что с голубыми кристаллами» или «... лак Pantene Flexible ... содержит elastesse — уникальный ингредиент для гибкой фиксации ...»? С одной стороны, многих раздражает соединение русского и иностранного текстов. Примеров умышленного подобного искажения правописания слова — множество. С другой стороны, ну и что? Свобода самовыражения. С одной стороны, унификация стандартов и расширение сотрудничества журналистов способствуют эффективности глобальной инфосферы. С другой стороны, теряется самобытность отдельных культур, вовлеченных в орбиту лингвистической «вестернизации» (в частности — американизации)<sup>21</sup>.

Сегодня жаргон интернет-чатов и блогов (онлайн-дневников) вырвался из всемирной паутины в повседневную жизнь. Филологи не знают, что делать: бить тревогу или просто наблюдать за развитием событий. Это претендующий на право существовать виртуальный язык — альтернативный американизированному пользовательскому. Ряд исследователей (А. Панарин, С. Кара-Мурза, большинство отечественных лингвистов) говорят о засорении русской речи англицизмами как о варианте политики «кока-колонизации» и «макдональдсизации», с чем трудно согласиться без оговорок. Если мы разделяем либеральные ценности, то мы должны принимать свободу выражения идей как часть прав человека. Нельзя запрещать словопроизводство, «неологизацию», бессмысленно бороться с субкультурой или жаргоном<sup>22</sup>.

Журналист опирается на все уровни языка, но наиболее важным лексическим слоем для него является межстилевая лексика, которая окрашивается

---

<sup>21</sup>Как-то на глаза автору этих строк попался заголовок: «Рунглиш»: в России молодежь приглашает «френдов» на «дринк» в «паб». Вспомнилась молодость с ее «сленгизмами». И тогда старшие товарищи были обеспокоены «иноязычной экспансией», и тогда жаргон вызывал не любовь в образованных кругах. Особо бурное проникновение англицизмов в русский язык началось после распада СССР: с развитием международного туризма и научно-технического прогресса в русском языке порой не хватало слов для названия иностранных новинок. А зафиксирован «Рунглиш» был в 2000 году. На этом особом языке российские космонавты общались с американскими коллегами на МКС.

<sup>22</sup>Хрестоматийный пример — слово fuck. Это известное во всем мире слово, обозначающее процесс совокупления, стало многозначным и во многих изданиях приемлемым, причем целомудренные переводчики придумали массу эвфемизмов: «отцепись», «долбаный», «черт», «пихаться».

различными оттенками индивидуального стиля Разговорная лексика, хотя и характеризуется сниженной стилистической окраской, относится к литературному языку. К разговорной лексике примыкает, но находится за пределами литературного языка лексика просторечная. Она обладает еще более сниженной окраской и всегда экспрессивна. Медийные тексты могут включать в свою структуру любые стили, любые виды текстов, но их используют, как правило, с целью популяризации какой-либо идеи. В их состав входят большинство рекламных текстов, ПР-текстов, прогнозов погоды, программ телепередач и т.п., что не является модификацией ЖТ. Речь идет о взаимодействии различных текстов и стилей в одной системе.

Сделаем вывод. Колесо истории, подталкиваемое нетерпеливыми и любопытными журналистами, все чаще катком проходит по человеческим чувствам и отношениям, оставляя в документах, в истории, о которой надо помнить всегда, лишь «функциональные особенности» (К. Левин) каждого из нас, лишь плоды массовых усилий по развитию культуры. СМИ фиксируют, прежде всего, культурные (в узком смысле слова) и производственные результаты личностной деятельности. И это неизбежно. Общение в СМИ становится все более рациональным и рационализированным. Письма читателей теряют былую остроту и непосредственность. Интерактивность, призванная интенсифицировать социально-культурный диалог (в широком смысле понятия), диалог Коммуникатора и Реципиента, сегодня все чаще подавляется (уже подавлена?) постановочно-театральной ПР-деятельностью, политической рекламой, инструментальным подходом к профессии журналиста. Мы, работники медиасферы, пытаемся утнаться за потоком новостей, нередко теряем теплоту, «человечность» общения, руководствуясь объективной необходимостью знать больше, делать что-то быстрее, выбирать кратчайший путь к цели. А это не мелочь, не издержки. Масс-медиа остаются мировым фольклором, источником неомифотворчества, но они не выполняют своего предназначения, забыли о той антропо-гуманистической миссии, которая возложена культурой на журналистику. Журналисты были первыми ласточками медийной глобализации, они еще триста лет назад создали модель глобального диалога культур. Сегодня их опыт приобретает дополнительную методологическую актуальность<sup>23</sup>.

---

<sup>23</sup> Думается, что обсуждение текущих методологических проблем масс-медиа не в последнюю очередь интересно и для преподавания теории массовых коммуникаций в рамках вузовской подготовки специалистов в сфере «пাবলিক রিলейশন্স». Интересно оно и для «цехового» изучения теории массовых коммуникаций (множественное число) и для теории массовой коммуникации (единственное число), если разграничивать подобные понятия более строго и более жестко думать о «чистоте», научности теоретических подходов. Споры в этом случае неизбежны, «сколько голов, столько и методологических предпочтений», но лучше, если они — споры и предпочтения — будут концептуальными. Концепция медийной глобализации как пути к общепланетарному диалогу (диалогу культур), думается, заслуживает внимания.

Причина популярности темы глобализации масс-медиа проста: наступила эра формирования «глобального человека» (*homo globalis*), эра массовых коммуникаций, не знающих национальных границ или чужих правительств. Она, наша эра, поставила ребром фундаментальные вопросы, на которых пока нет вразумительного ответа. Известный философ Хосе Ортега-и-Гассет когда-то сформулировал глобальный социальный закон нашей эпохи: «Разрыв между уровнем современных проблем и уровнем мышления будет расти, если не отыщется выход, и в этом главная трагедия цивилизации»<sup>24</sup>. Журналистика призвана содействовать решению глобальных задач, а для этого она должна сочетать репортерскую оперативность и научную глубину анализа. Иначе журналисты станут работниками медиасферы, а сама профессия станет качественно иной.

---

<sup>24</sup>Хосе Ортега-И-Гассет. Избранные труды. — М., 2000. — С. 93.