

Воронежский государственный университет
Факультет журналистики

**СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ
ЖУРНАЛИСТСКОЙ НАУКИ**

Ежегодный сборник научных статей

Воронеж 2010

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, 2010. — 156 с.

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

© Факультет
журналистики
Воронежского
государственного
университета,
2010

Ретроспективный взгляд на развитие СМИ и их современное состояние на фоне технологических инноваций

В свете процессов глобализации во всех сферах общественной жизни, стремительного роста и внедрения в практику высоких технологий стоит пересмотреть предпосылки и причины возникновения каждого вида СМИ, влияние на это различных факторов. В данной статье это будет сделано лишь в кратком изложении основных позиций и с попыткой связать это с современными явлениями.

На формирование человека как вида *homo sapiens* с точки зрения формирования цивилизации больше всего повлияло рождение письменности и книгопечатания. Письменность, а затем печатный станок в принципе изменили отношения человека с окружающим миром и самого человека, поскольку изменили культуру и форму восприятия мира. Человек получил гигантские возможности для развития, но стал смотреть на мир, уже читая и воспринимая текст, то есть формализованную действительность, создаваемую им самим либо другими людьми, а не естественную картину мира. Однако печатный станок реализовал возникшую способность быстро распространять информацию, сделав ее достоянием масс. После первых книг, напечатанных Иоганном Гутенбергом на изобретенном им станке, книгопечатание сразу и большими темпами начинает распространяться в Европе. Гутенберг был не просто изобретателем, его отличает от многих людей, создавших гораздо раньше в разных частях света всевозможные машины того же назначения, не только то, что его печатный станок был лучше, совершеннее других, о чем немало сказано, а то — и это главное — что он глубоко осознал значимость своего изобретения для человечества и, ощущая свою историческую миссию, воспитал учеников, которые по его заданию стали распространять изобретение в других европейских странах. При нем появились типографии в Германии, Италии и Швейцарии, и когда стало ясно, что его миссия реализована, великий немец умер, но дело его интенсивно продолжалось, и в течение 10 лет после его смерти типографии были созданы в Нидерландах, Франции, Венгрии, Испании, Англии, Чехии, Польше. Процесс движения книги по странам и континентам стал развиваться уже неостановимо, стремительными для медленного течения пятнадцатого столетия темпами. Конечно, книга как форма воплощения знания, хранилище представлений об окружающем мире и человеке, мыслей, идей, фактов и вымысла — была задолго до Гутенберга, о чем

свидетельствуют и Александрийская библиотека с ее полумиллионом папирусных свитков, и Библиотека Асурбанипала (Ашурбанипала) с 15-ю тысячами глиняных книг, и другие сокровища мировой цивилизации, напоминающие нынешним нашим самонадеянным современникам о высокой культуре далеких предков. Но именно бумага и печатный станок сделали книгу самым значимым социальным явлением в истории человеческого общества.

Произошла невиданная до того времени культурная революция, и к 1500-му году было напечатано уже порядка 10 миллионов книг более чем на тысяче печатных станках.

Можно ли утверждать, что книга проложила путь газете, а затем журналу, то есть печатным СМИ? В технологическом смысле — да, безусловно: так же точно, как свою знаменитую библию, Гутенберг мог отпечатать и газету, и журнал. Газету совсем просто: каждая страница печатной книги могла стать выпуском газеты, они так и выглядели, первые газеты — и по формату, и по способу печати, и по набору текста. Но после смерти Гутенберга, когда дело его уже состоялось, прошло столетие, прежде чем появились первые газеты. Потому что уже не в технике и технологии было дело, а в потребности людей получать регулярные выпуски новостей.

Такая потребность могла сложиться лишь с укреплением государственности и растущим интересом грамотной европейской аудитории к новостям политической и экономической жизни в своей стране и в сопредельных государствах. С начала XVII века газета в Европе начинает путь уверенного распространения по городам и странам: Страсбург (1609), Базель (1610), Франкфурт (1615), Гамбург (1616), Берлин (1617), Амстердам (1618), Лондон (1621), Париж (1631)... Большинство из этих изданий дошли до нашего времени. Но начало газеты как типа издания всё же следует считать с 1565-го года, с листков новостей, выходивших в Венеции, потому что целевое назначение этих изданий и составили именно регулярные сводки новостей о политической жизни Италии и других европейских стран. Правда, венецианские листки были рукописными. Однако, хотя точных свидетельств не сохранилось, с течением времени появляются различные факты, свидетельствующие о возникновении и первых печатных газет уже в 60-е годы XVI века...

Так или иначе, можно считать, что на рубеже XV и XVI веков печатные СМИ начали свой исторический путь, открыв семейство масс-медиа, которому суждено будет сыграть важнейшую роль в развитии человеческого общества.

Прошло приблизительно еще сто лет, прежде чем начали издаваться журналы. В отличие от газеты возникновение первого журнала в мире отчетливо подтверждается конкретной датой — 5 января 1665 года — и реальной книжкой «Le journal des Scavans» (Paris, M.DC.LXV), которую можно взять в руки и почитать во многих библиотеках мира и России. Через полгода в Лон-

доне выходит «Philosophical Transactions of the Royal Society» («Ученые записки Королевского общества»). Типологическая схожесть этого журнала с «Le journal des Scavans» (заголовок с обложки первого номера), по всей видимости, связана с судьбой их редакторов, а следовательно, с конкретными задачами, стоявшими перед ними. Ведь оба они — редактор английского журнала Генри Олденбург (Henry Oldenbourg), так же, как и его французский коллега Дени де Салло (Denis de Sallo), были назначены учеными секретарями открывшихся академий — Парижской академии наук и Королевского общества в Лондоне. По большому счету, им ничего не оставалось, как издавать именно журнал, а как иначе можно было регулярно освещать работу научного общества? Не в газете же.

Но неверно думать, что именно наука, как сфера информации или деятельности, положила начало журналу. Создание академий — скорее провоцирующий фактор, чем причина рождения типа издания. Дело было в накоплении фундаментальной информации в обществе, которую стало возможным давать периодически. И к этому были готовы разные отрасли знания — и литература, и театр, и музыка, и религия. В каждой из них стали появляться журналы в самое ближайшее время после появления двух вышеупомянутых — литературный, музыкальный, театральный, религиозный. Очень быстро стало очевидным, что для сообщения новостей газетные листки вполне достаточны и свою роль уже уверенно выполняют, для анализа, комментария событий и явлений нужно издание в виде более или менее объёмных книжечек, выходящих не обязательно часто, главное — регулярно. Тем более, что еще раньше Рендо периодически выпускал библиографические каталоги научно-литературной тематики, а Мезере получил разрешение от короля на издание литературного журнала, хотя и не воспользовался им...

Газета и журнал составили основу печатных СМИ. Остальные издания из этого класса примыкали то к газете (листок, листовка), то к журналу (альманах, бюллетень, периодический сборник). (Госкомиздат СССР когда-то даже термины использовал: «издания газетного типа», «издания журнального типа»).

Если принять за условную дату рождения печатной периодики 1600-й год (это можно сделать с уверенностью), то можно отметить, что 320 лет печатные СМИ, как вид масс-медиа, пробывали в одиночестве, отражая установившуюся технологию получения, отбора и выпуска в свет новостной и аналитической информации.

Революционные изменения в системе СМИ как в способе распространения, так и в форме восприятия внесло возникновение аудиовизуальных СМИ — радио и телевидения, добавивших в передачу информации звук и изображение. В отличие от печатных, которые изначально создавались как способ распространения информации, аудиовизуальные создавались вначале как средство

связи. Эффектные опыты Г. Маркони и А.С. Попова по беспроводному телеграфированию в конце XIX века, создание ими радиоприемников, золотая медаль Попова на Всемирной выставке в Париже (1900), а затем Нобелевская премия Маркони и Брауна (1909), — всё это свидетельствовало о блестящем изобретении способа связи, который стал немедленно применяться в военном деле. Однако, когда средство связи сложилось и усовершенствовалось, можно было ожидать использования его для передачи периодической информации, превращения его в новый вид СМИ — потому что реципиент был готов его принять, социально-исторические и социально-политические причины этому способствовали. Так в 20-е годы XX века внедрение радиовещания открывает эру аудиовизуальных СМИ. Приняв за условную дату начала функционирования радиовещания как СМИ 1920 год, мы и получим 320 лет одиночества, после этого печатные сосуществовали наряду с аудиовизуальными...

Фактически одновременно начинаются опыты по телевидению. В том же 1900-м году, на той же парижской выставке, где была вручена золотая медаль А.С. Попову за опыты по радиосвязи, русский инженер Константин Дмитриевич Перский сделал доклад на французском языке о телевидении, впервые употребив этот термин — television и объяснив это понятие (в связи с этим фактом Перский некоторое время упоминался за рубежом как «французский инженер»). Однако прошло много лет поисков и открытий, прежде чем усилиями многих ученых, инженеров и предпринимателей к 50-м годам XX века телевидение удалось внедрить в практику как вид СМИ — для регулярной передачи видеоинформации. (История ТВ — отдельная, очень интересная тема, здесь очень большой вклад и в разработку, и во внедрение — правда, в США — внесли наши соотечественники, если говорить только о самом начале — это Борис Львович Розинг, Владимир Козьмич Зворыкин, Давид Сарнов, Борис Рчеулов, Александр Понятов и др.)

И опять мы имеем дело с таким существенным, знаковым явлением, которое повлияло на самого человека и в определенной степени его изменило (о чем позднее)...

Конечно, это был скачок в развитии СМИ.

Таким образом, просуществовав 320 лет в гордом одиночестве, печатные СМИ дополнились участием на информационном рынке аудиовизуальными. В течение последующих 65 лет печатные и аудиовизуальные существовали вместе — так, как до этого печатные, и этот дуэт, казалось, тоже был навсегда... Если не касаться промежуточных типов и форм изданий, установилась вполне очевидная и прочная структура средств массовой информации: печатные СМИ — газеты и журналы и аудиовизуальные — радио и телевидение (не считая промежуточных форм, которые легко к этим типам примыкают).

Два вида СМИ функционировали в общественном ареале независимо, не отменяя, а дополняя друг друга. Какие бы новые типы изданий или теле-радио-передач ни возникали, эта структура казалась незыблемой, ничто не предвещало глобальных изменений в системе.

Между тем процессы возникновения и развития новых технологий продолжались, и опять — в сфере поиска более эффективных способов коммуникаций.

Приведем в самом кратком изложении некоторые факты из многократно описанной в Сети истории Интернета.

После того, как начиная с 1964 года стали появляться научные публикации нового направления в области информационных коммуникаций, Американское агентство перспективных исследований (Advanced Research Projects Agency) по заказу Министерства обороны США в 1968 году приступило к проекту создания компьютерной сети, призванной обеспечить устойчивое функционирование системы управления страной в экстремальных условиях. В 1969 году в сеть были соединены 4 компьютера, в 1972-м число компьютеров возросло до 37. В 1981 г. Рей Томлинсон разработал базовое программное обеспечение для чтения и передачи электронных сообщений. В 1982-м значительное продвижение в решении проблем программирования было сделано созданием системы правил обмена информацией (правила налаживания и поддержания связи в сети, правила обращения с данными — указания, как их обрабатывать и передавать по сети — не требующие от пользователей специальных знаний) в виде двух важных документов — Transfer Control Protocol (TCP) и Internet Protocol (IP). Только к этому времени возникает возможность использования изобретения электронных сетей для передачи новостной информации. Наконец, в 1985 г. создается система доменов, позволившая дифференцировать передачу и хранение информационных потоков. В это время появились первые шесть доменов, каждый из которых включал свою сеть: gov — сеть правительственных организаций, mil — сеть военных организаций, edu — сеть университетов, com — сеть коммерческих организаций, org — сеть неправительственных и некоммерческих организаций, net — сеть организаций, отвечающих за функционирование самой Сети.

Затем наряду с отраслевыми стали возникать территориальные домены, дифференцирующие информацию по странам, например: Россия — .ru, США — .us, Австралия — .au, Канада — .ca, Греция — .gr, Япония — .jp, Китай .cn, Украина .ua и др.

В 1991 г. Тим Бернерс-Ли (Tim Berners-Lee) сформулировал принципы, на основе которых родилась всемирная паутина — World Wide Web. В 1992-м была объявлена эра WWW, число сайтов к этому времени достигло 1 миллиона.

В условиях прогрессирующей глобализации, быстро меняющихся дел и событий человечество не заметило существенного явления — зарождения в се-

редине 80-х годов XX века нового вида СМИ. Не нового типа издания или радио-телепередачи, а именно вида средств массовой информации! После 320 лет господства печатных СМИ, а затем 65 лет печатных и аудиовизуальных, возникли сетевые электронные СМИ. Их утверждение в системе СМИ стоит считать: 1985 год для США, 1995 год — для России, не годы появления первых сетевых изданий, а время утверждения сетевых СМИ как явления...

Новый вид с момента своего утверждения воплотился сразу в трех формах: 1) информационно-поисковые системы; 2) сетевые версии печатных изданий; 3) собственно сетевые газеты и журналы. В течение нескольких лет система сетевых СМИ в типологическом отношении стабилизировалась. Казалось, новых изменений, во всяком случае, функционального свойства, не предвидится. Однако они произошли: через 15 лет, примерно к 2000—2001 гг., с появлением в Сети радио и телевидения. Еще незадолго до этого трудно было такое представить, однако резкий прорыв в сфере высоких технологий позволил этому осуществиться, что привело к так называемой мультимедийной революции. Цифровые технологии не просто позволили создать более качественный контент, они создали для СМИ новую медиасреду.

Впервые оказалось, что цикл замкнулся — ВСЕ средства массовой информации оказались в Интернете! И представленные в виде онлайн-версий, и чисто сетевые. Вновь возникло ощущение, что интернет-журналистика — это лишь форма представления информации, не влияющая на сущность содержания. Однако это, безусловно, не так: способы передачи, формы воплощения и восприятия информации в Сети иные — и в психологическом, и в лингвистическом, и в социальном смыслах...

И — тем не менее — впечатление стабилизации после 15 лет существования электронных сетевых СМИ возникло. Речь идет о том, что после печатных (320 лет одиночества), потом печатных и аудиовизуальных (65 лет дуэта), вот уже 15 лет третьими в ряду идут сетевые, и теперь уже этот тройственный союз — надолго...

Но. Но не тут-то было! Пятилетие 2001-2005 гг. преподнесло такой сюрприз, который даже издавшие виды сетевые деятели, не говоря об обывателях, не ожидали. Дело в том, что глобальная система WWW в первое десятилетие формировалась и развивалась по одной и той же бизнес-модели: создание и обслуживание всё новых сайтов при поддержке спонсоров и инвесторов, которые много лет вкладывали деньги в надежде наконец получить прибыль. Схема была проста и привычна: получаешь деньги от инвестора, создаешь сайт и начинаешь его раскручивать, совершенствуя технологию, дизайн, контент и борясь за постоянный рост посещений, поскольку только он может привлечь рекламодателей и соответственно принести доход. Выпускаешь акции на бизнес в интернете и ждешь чуда — прибылей, сверхпри-

былей. Так продолжалось до 2000 года, когда стало ясно: ни талантливые авторы, ни веб-художники, ни изобретательная реклама, по большому счету, не могут спасти общую ситуацию: Интернет как вид бизнеса заходит в стадию стагнации. Разочаровавшиеся инвесторы приостановили бесплодное финансирование, настало время кризиса Сети. Бесчисленные сайты и серверы, создаваемые по одной и той же маркетинговой стратегии, были объявлены «мыльными пузырями», а их хозяева — банкротами. Происходило это и в США, и в Германии, и в других продвинутых в интернет-индустрии странах. Наиболее часто употребляющиеся словосочетания во множестве публикаций с бурным обсуждением ситуации — «эра доткомов», «доткомовская индустрия» и др., особенно же часто — «доткомовский пузырь». «Дотком» — это «точка ком», то есть, .com, где dot — «точка» на английском, а com — один из старых доменов, рожденный еще в 1985 г. в числе шести самых первых именно для коммерческих сетей (см. выше). Это было самое распространенное место приложения интернет-проектов.

Тогда же, в 2000—2001 годах, начались поиски новых путей развития Интернета, а точнее — его новой бизнес-модели. Впрочем, тогда же и незадолго до этого уже были созданы новые сервисы, значимость которых в то время никто еще предсказать не мог. Рассмотрим некоторые...

В 1996 г. двое аспирантов Стэнфордского университета: Ларри Пейдж (Larry Page) и Сергей Брин (Sergey Brin) основали компанию, названную ими Google. Своей задачей они поставили поиск эффективной технологии поиска информации на основании анализа «обратных ссылок» (back links), ведущих на данный сайт. Самим названием («гугол» — единица со ста нулями) создатели Google хотели дать понять, что цель компании — создать бесконечно огромную базу данных для поиска информации. Работы по совершенствованию технологии продолжались, что привело к созданию мощной поисковой базы. Одновременно шел постоянный поиск инвестиций и открытие собственного сервера. В 1999 году Google стал обрабатывать 500 тысяч запросов в день, получив мировую известность, и, по мнению журнала Time, вошел в десятку лучших кибернетических технологий за год.

К 2001 году Google уже обрабатывал более 100 миллионов запросов в день и стал предлагать бесплатные услуги поиска школам, университетам и другим образовательным учреждениям во всем мире.

В августе 1999 г. в Сан-Франциско был создан портал Blogger, первый простой бесплатный общедоступный сайт, на котором каждый пользователь мог разместить информацию о себе. Люди стали располагать свои дневники — наряду с личными или семейными сведениями, рассуждения о происходящих событиях, мнения и взгляды, иногда сопровождая эту информацию фотографиями. Тогда этому малозаметному опыту никто большого значения не

придал. Однако в трагический для американцев и всего цивилизованного человечества день 11 сентября 2001 года, когда террористами были разрушены «близнецы» — два самых высоких здания в мире — 110-этажные небоскребы делового центра в Манхэттене, сотни нью-йоркских пользователей сайта Blogger впервые превратились в источник информации для официальных СМИ. Нью-йоркские авторы интернет-дневников вели репортаж с места события о теракте 11 сентября 2001 года: они публиковали фотографии, описывали события, свидетелями которых стали, рассказы очевидцев, слухи и пр. Сравниться с таким потоком информации, собранной непосредственно с места событий и с множества позиций, и в течение всего времени происходящих явлений — не смогла ни одна мировая телекомпания.

На этой основе стали создаваться новые, более основательные сервисы. В конце 2002-го вошла в действие первая поисковая система для блогов и другие технологические усовершенствования. С 2003-го в США, а затем и в других странах блоги стали использоваться в избирательных кампаниях. Социально-политический интерес при технологических достижениях наложился на всё возрастающий личный интерес обывателей, стремящихся закрепить информацию о себе, любимых. Число блогов стало стремительно расти, наряду с личными стали появляться блоги сообществ, коммуникации между блогами стали совершенствоваться. Всё это привело к созданию новой среды, названной блогосферой.

В марте 2000 года в Лондоне несколько энтузиастов создали бесплатный энциклопедический сетевой проект под названием «Нупедия» (Nupedia), открыв одноименный портал. Развитие этого проекта нашло отражение в осуществлении более масштабной идеи — бесплатной и претендующей на всеохватность всемирной энциклопедии, созданной энтузиастами на добровольных началах. Новый проект, получивший название Википедии (Wikipedia), был официально открыт 15 января 2001 года Ларри Сэнгером и Джимми Уэйлсом. Поначалу это казалось невероятной затеей: каждый мог сочинить словарную статью о чем угодно, а главное — исправить, дополнить или изменить чужую. Уже через месяц в Wikipedia было опубликовано 600 статей, через год — 20000. Однако дальнейшее развитие проекта было под вопросом вследствие постоянной критики по поводу неточности и неполноты сведений, непроверяемости многих публикуемых данных.

В 2001 г. сотрудники разных интернет-компаний Крис Девульф и Том Андерсон, имея опыт работы с различными сервисами, объединили усилия для создания нового многоцелевого проекта, который к середине 2003 года вылился в создание совместной компании MySpace и открытию одноименного сайта MySpace.com. Идея проекта заключалась в объединении многочисленных сервисов в одном месте и, соответственно, возможностью оказания

пользователям многих услуг одновременно. Создатели MySpace задались целью предоставить молодежной аудитории максимально удобные способы общаться между собой в чатах, обмениваться фотографиями, музыкальными и видеозаписями, публиковать статьи и заметки, организовывать клубы по интересам — вплоть до профессиональных и социально-культурологических сообществ. Эта цель была отражена уже в названии: MySpace означает «Мое пространство». Такое разнообразие сервисов в одной директории сразу привлекло большое количество пользователей, численность которых возрастала по мере роста и качества услуг. Наметилась тенденция к быстрому росту и совершенствованию сайта.

Успехи этих и некоторых других компаний в условиях общего кризиса в Интернете натолкнули президента компании O'Reilly Media Тима О'Рейли и его единомышленников на анализ ситуации в сетевом пространстве, в результате чего 30 сентября 2005 года появилась статья «Tim O'Reilly: What Is Web 2.0», опубликованная в переводе на русский язык в журнале «Компьютера online» 18 октября того же года под заголовком «Что такое Web 2.0».

Тим О'Рейли на основе серьезного анализа группы специалистов (он называет это коллективным мозговым штурмом) отметил рождение нового явления, знакового события в жизни Сети, нового этапа ее развития и сформулировал его принципы. Автор пожаловался на непонимание многими сетевыми деятелями распространившегося уже тогда термина «Web 2.0». С момента выхода статьи прошло пять лет. Термин в Сети давно и прочно укрепился, число его упоминаний в Гугле, например, исчисляется миллиардами в год, но по-прежнему непонимание остается. Самое неприятное встречать примитивные взгляды и рассуждения в профессиональной среде. Не только в рекламных листовках провайдеров, но и в столичных амбициозных журналах, и в диссертациях можно встретить определение Web 2.0 как сервис (!), даже при наличии ссылки на О'Рейли. Между тем, как мне кажется, он определил это понятие вполне ясно, приведя его основные принципы, суть которых сводится к двум главным характеристикам:

- 1) массовое участие пользователей в поиске и создании информации при расширении и упрощении связей между ними;

- 2) предоставление пользователям многочисленных услуг различного свойства бесплатно. Больше того — постепенный переход на оплату пользователям за предоставленную ими по своей инициативе информацию.

Впервые создателям сайтов оказалось возможным зависеть не от инвестора или спонсора, больше того — не от рекламодателей, а от качества собственной работы. Впервые в истории рыночной экономики оказалось, что можно предоставлять людям массу услуг, не кланя деньги и не ломая голову над рекламой. Такая понятная и привычная капиталистическая модель пере-

вернулась с ног на голову. Получилось, что творцам надо заниматься творчеством, а деньги придут к ним сами, только от того, что число посетителей в десятки и сотни миллионов привлекло поток рекламодателей, жаждущих разместить там свою рекламу за большие деньги.

Вернемся к сервисам, о которых шла речь выше. Если определить период до 2000—2001 г. как Web 1.0, очевидно, в течение пяти лет — с 2001-го по 2005-й — в Сети формировался переход от Web 1.0 к Web 2.0, то есть к новой системной модели, который был завершен, и явление теперь, по простетивии пяти лет, можно анализировать более продуктивно.

Итак, что мы имеем уже после 2005 и до 2010 гг.:

1. Google (Гугл) — первая в мире по признанию пользователей и объему (две трети мирового рынка) поисковая система, обрабатывающая более 40 миллиардов запросов в месяц. Лидер поисковых машин интернета, индексирует более 8 миллиардов веб-страниц. Google может находить информацию на 186 языках (на 15 октября 2009), выпустил и предоставил в бесплатное пользование безразмерную почтовую программу Gmail, самую удобную в пользовании; Google Talk, удобную и надежную программу общения между пользователями в реальном времени; Google Maps с картами дорог мира и другие сервисы. Сам же Google уже давно не сервис, а крупнейшая в мире платформа, в которой десятки сервисов и новейшие технологии поиска информации.

2. Википедия.

В марте 2006-го года, несмотря на критику, число статей в Википедии достигло 1 миллиона, а к 2010-му превысило 15 млн! Сайт насчитывает 325 млн пользователей и по некоторым данным считается пятым в мире по посещаемости.

3. MySpace (Май спейс — «моё пространство») — самый популярный в Америке сайт и 6-й по популярности в мире — сразу после Google (среди англоязычных). Получил стремительное развитие вследствие удачного сочетания комплекса одновременно предоставляемых услуг. За два года после открытия в 2003 г. численность пользователей возросла более чем в 30 раз, прирост трафика в 2005 г. составил 4300%! На 2010 г. в нем зарегистрировано более 200 миллионов пользователей. Объем информации составил 65 млрд страниц в день!

4. Блогосфера успешно развивалась, совершенствуясь технологически и входя в сознание миллионов. Согласно статистическим данным, на сентябрь 2009 года в мире насчитывается примерно 140 млн блогов. В это число входят не только личные блоги, которые, конечно, составляют большинство, но и блоги разнообразных сообществ. Несмотря на то, что только четверть из них используются активно, эта цифра огромна и продолжает расти.

Эти сервисы, возникшие еще в период Web-1.0, получив, благодаря многим усовершенствованиям, миллионы пользователей, превратились в новую технологию, соответствующую Web-2.0. Но после 2005 года, когда принципы Web-2.0 были сформулированы и имелся опыт вышеописанных сервисов, один за другим стали появляться новые сайты, которые значительно укрепили основу сформировавшейся системы, подтвердив своим рождением ее жизнеспособность.

Приведем два примера.

YouTube (Ю-тьюб) — самый быстрорастущий сайт в интернете: хранилище видеороликов обо всем на свете, которые может закачать любой желающий. Сейчас их там десятки миллионов, и каждый день закачиваются новые десятки тысяч. Гугл купил в 2006-м за 1,65 млрд. 3-й в мире по числу посетителей — 1 млрд просмотров в день! Ну, теперь, когда столько посетителей, рекламодатели борются за такую аудиторию, платят охотно и много, когда денег немерено, можно позволить себе новые творческие проекты, почему бы нет? Вплоть до присуждения Оскара (ну, американцы же!) за самодельные фильмы! Тогда уже и профессиональные киношники стали давать в Ю-тьюб свои работы — и режиссеры, и актеры: почему бы денег не заработать. Теперь, кроме великой киноакадемии, есть же Ю-тьюб! Платит деньги, Оскара дает! Понятно, что не такого, как истинный, а там — чем черт не шутит, может, как в случае Википедии — время покажет: до Британики далеко по профессионализму, но масштабы, доступность, популярность, деньги привлекут кого угодно, и профессиональные ученые и специалисты, возможно, перетекут сюда? Это уже происходит — и с Википедией, и с Ю-тьюбом. А тогда можно изменить изначальной установке бесплатного сервиса и брать деньги: ну, что стоит — 3 доллара за трек — копейки, а приятно! Человеку ничего не стоит заплатить, наоборот, он больше доверия испытывает, а когда у тебя таких десятки миллионов поинтов, брать больше крайне глупо, да просто ошибочно. Оказалось, можно много зарабатывать, повышая уровень услуг, развивая творческий потенциал и при этом не беря за горло, как при капитализме принято... Трудно прогнозировать будущее далеко вперед, но на данном этапе схема оказывается весьма перспективной...

Flickr (Фликр) Сервис для хранения фотографий, превратившийся в главное мировое фотохранилище. Когда в мире случается что-нибудь важное, в последнее время все чаще первые фотоснимки события оказываются на Flickr, а не на новостных сайтах. Именно поэтому Flickr стали называть новыми глазами планеты. В 2009 г. число публикаций достигло 4 млрд изображений! Здесь те же тенденции развития, что и в вышеупомянутом Ю-тьюбе...

Попробуем подвести итоги. Что представляет собой система СМИ в настоящее время? Печатные СМИ вступают в пятый век своего существования и, похоже, продолжают своё существование в эру высоких технологий.

Предсказания об их конце, которые высказывались многократно в течение последних 40 лет (лично слышал на конференциях и читал в печати высказывания на тему гибели газеты и журнала) — оказались несостоятельными. Думаю, бумажные издания — и газета, и журнал — будут всегда. Хотя бы в силу чисто практических удобств бытования: легкая в физическом смысле «переносимость», простое и независимое хранение, возможность чтения в самых невероятных местах и условиях, независимость от источников энергопитания — делают их незаменимыми. Это если не считать простого интереса большого контингента людей именно к бумажной форме издания. Печатные СМИ внедрились в общественное сознание и практику жизни людей надежный и прочный способ закрепления информации и доступа к ней.

Аудиовизуальные тоже заняли свое место в системе СМИ: 90 лет назад радио обогатило медиаинформацию звуком, телевидение 60 лет назад — видеозаписью, чего не было до этого.

Сетевые СМИ утвердились в медиасистеме всего лишь 15 лет назад, когда, казалось, ничто уже не предвещало явления нового вида. Произошло это быстро и неожиданно. Здесь тоже были свои функциональные особенности, сделавшие этот вид уникальным, отличным от сложившихся ранее: это сверхскорости доставки информации, гибель расстояния и времени, стоящих между источником информации и приемником, это возможность доставки информации без посредников (редакторов, руководителей СМИ, учреждений), формирующих и распространяющих информацию. По меткому выражению Джона Барлоу, — «продажа вина без бутылок»!

Наконец, когда, казалось, теперь-то уж всё кончилось, ожидается долгая и спокойная жизнь по укреплению и развитию медиасистемы уже в новом виде, с участием сетевых СМИ, появилось явление Web-2.0, изменившее — ни много, ни мало — само представление о журналистике как виде деятельности и как профессии. Пока неясно, является ли Web-2.0 новым видом СМИ или новым компонентом системы сетевых СМИ. Однако совершенно очевидны знаковые изменения в журналистике, которые сводятся к следующему:

А. Новые авторы. Началось функционирование непрофессиональной, «народной» журналистики, названной «гражданской» (термин идет от американцев, естественно, в России это слово не употребили бы в данном смысле, но утвердилось... Большое количество добровольных помощников регулярно поставляют в теле-радиокомпании и интернет-ресурсы фотографии, тексты и видеоролики, а иногда создают свои органы информации. Уже существуют целые сайты, например OhmyNews (О-май ньюс), где десятки тысяч внештатных корреспондентов со всего мира создают блок новостей...

Теперь эта работа, еще недавно бывшая чисто волонтерской, всё чаще оплачивается, теперь уже за счет интернет-сайтов, разбогатевших благодаря

миллионам посетителей. При этом значительно вырос доступ к интернет-СМИ, которые почти все стали бесплатными.

Б. Новые СМИ. Возникла новая ситуация: сетевые технологии позволяют каждому пользователю не выписывать издания или оплачивать телепрограммы целиком, а создавать для потребительских целей свои СМИ, выбирая из тысяч изданий — собственно сетевых, онлайн-версий печатных изданий, аудиовизуальных, отечественных и зарубежных — по принципу лучшего, в представлении пользователя, освещения той или иной тематики. В самом деле, теперь не стоит читать всё издание, хоть печатное, хоть аудиовизуальное — оно всё равно никогда не удовлетворит реципиента целиком, можно выбрать фрагменты (разделы, рубрики, программы) из многих текстов, аудио и видеовыпусков и построить собственное целое СМИ. Блогосфера нынче полна «ежедневными газетами» и «ежедневными журналами», которые часто, в зависимости от личности редактора-издателя, представляют значительный общественный интерес и пользуются популярностью у потребителя. Конечно, один человек не в состоянии заменить творческий коллектив журналистов, художников, фотокорреспондентов, верстальщиков, художественных и технических редакторов, режиссеров. Но это и не нужно: достаточно иметь хороший вкус и провести серьезную работу по отбору тематики, проблематики, новостной информации. Получается, что талантливый издатель-редактор сетевого СМИ вторичной информации сможет конкурировать с самыми мощными профессиональными периодическими изданиями потому, что использует достижения всей мировой журналистики.

В. Новая информация. В течение веков информация росла, подчиняясь одному и тому же закону, — по экспоненте, отражая такие же темпы роста, которые сопровождали многие категории науки, культуры, общества, а главное — рост населения планеты. И, впервые в истории, демографический рост изменился, что повлияло на СМИ как с точки зрения структуры населения, так и структуры информации. В общем и целом объем, характер и сущность информации для СМИ, конечно, сильно изменились. Прежде всего, доступ к ней стал массовым, реципиент уравнился в правах с самым продвинутым медиамагнатом в смысле доступности и скорости ее получения. Уже давно ряд исследователей журналистики говорили о явлении нового человека, о том, что на смену homo sapiens приходит homo information (homo informatikus). Думается, это не совсем так. Человек всегда, с древних времен был homo information, он жаждал информации, хотел получать ее всё в больших объемах и быстрее... (Ну, если в конце XIX века ежедневной «Нью-Йорк таймс» оказалось недостаточно, стали печатать по два выпуска в день!) При этом человеку всегда казалось, что информации много, а он, жалуясь на это, хотел ещё больше.

Приведу только три примера, три цитаты:

1613, Англия, Барнаби Рич, литератор: «Одна из болезней нашего века — засилье книг. Их столько расплодилось в мире, что не уследишь за всей чепухой, которая выводится каждый день и идет гулять по миру».

1714, Германия, Христиан Гофман, издатель журнала: «Дело, увы, зашло так далеко, что мы вскоре будем иметь больше извлечений из книг и книг о книгах, чем настоящих книг».

1754, Россия, М.В. Ломоносов: «...число журналов увеличилось до того, что у тех, кто пожелал бы собирать и только перелистывать «Эфемериды», «Ученые газеты», «Литературные акты», «Библиотеки», «Записки» и другие подобного рода периодические издания, не оставалось бы времени для чтения полезных и необходимых книг и для собственных размышлений и работ».

(Точные ссылки неоднократно давались по разным поводам в более ранних моих работах)

Список таких высказываний можно продолжить — вплоть до многократно высказанных сетований о «лавине информации», о «веке информации» и т.п., которым тоже уже полвека... Так что дело не только и не столько в росте информационных потоков. Перестав расти по экспоненте, они не уменьшились в объеме, напротив, резко возросли и опутали человека непредсказуемостью развития, невозможностью эффективной дифференциации и каталогизации всего массива информации...

Г. Новый человек. Очевидно, что высокие технологии — это не просто усовершенствование техники, ускорение процессов получения и поиска информации, они влияют на самого человека, изменяя его. Давая большие возможности, технология всегда что-то отнимала, сужая его творческий потенциал. Так, печатные СМИ сузили систему восприятия мира человеком, предоставляя информацию, обработанную автором, редактором, издателем. Аудиовизуальные в готовом виде предоставили звуковое и видеоизображение, навязывая человеку образы окружающей действительности. Сетевые пошли дальше: они дают готовые формы всего, что когда-то человеку понадобится — тексты, снабженные иллюстрациями, профессионально подготовленные на все случаи жизни — словари и энциклопедии, газеты и журналы, курсовые и дипломные работы, рефераты для студентов, диссертации, книги и др. Понятно, что одни люди зарабатывают на труде других, понятно, что часто одни воруют у других. Так было и так будет, поскольку человек несовершенен: в нем вмещаются одновременно и божественное, и дьявольское. И с этим ничего не поделаешь...

И всё же не в этом главная проблема, морально-этические, а иногда и правовые нарушения могут быть восполнены пользой от распространения

знания. Можно и так порассуждать: в конце концов, пусть зарабатывают, лишь бы людям попадала нужная им литература. Однако, есть другая, более существенная проблема: при массовом распространении готового знания человек лишается необходимости преодолевать тяжкий путь познания, осуществлять поиск истины. Опасность в том, что, держа в руках результат, он не видит ретроспекцию структуры, из которой это знание построено. Этим человек не просто себя обедняет, но теряет способности к интеллектуальной деятельности. То есть выходит, что homo sapiens теряет свою сущность и предназначение. Для того чтобы этого не произошло, современный человек должен предпринять большие усилия, изменив и систему образования, и систему мышления, и систему отношения к окружающему миру.

Насколько это удастся, во многом будет зависеть от масс-медиа и от серьезных публицистов, способных не только отразить историю современности, но и указать человечеству путь к спасению.

Так или иначе, но можно с уверенностью утверждать, что высокие технологии сформировали нового человека, сущность которого еще предстоит изучить.

Мир вступил в новую эпоху — время перенасыщения информацией и услугами до такой степени, что, войдя в общество потребления, человек полностью теряет способность творить, создавать своё, добиваться, искать, преодолевать. Ему всё дается в готовом виде, опыт и результат деятельности миллионов становятся доступны каждому. Печально, но в строительство общества потребления большой, если не решающий вклад внесли журналисты. В этих условиях средства массовой информации должны выработать новую стратегию своего бытования в мировом сообществе, стремительно изменяющемся под напором высоких технологий.

Акопов Александр Иванович, заведующий кафедрой средств массовых коммуникаций Южного федерального университета, доктор филологических наук, профессор.

alivak61@gmail.com

Идеалы и реалии коммуникационной свободы в политическом измерении¹

Ориентиры в политологии медиа

Понятие коммуникационной свободы — непривычное слуху и противоречиво представленное в некоторых публикациях — служит сокращенным обозначением более пространного наименования — свободы личности в массовой коммуникации. Изучением этого явления на протяжении последних двух лет занимается научный коллектив, созданный на базе СПбГЭТУ «ЛЭТИ» с участием преподавателей СПбГУ. Проект вылился в комплексное исследование, одним из аспектов которого стал анализ политических аспектов коммуникационной свободы. При этом общая идея во всех аспектных разделах, включая политологический, заключалась в признании коммуникационной свободы неотъемлемым ценностным достоянием личности и, вслед за тем, общества. Добавим, что нас интересовало прежде всего российское общество, и критерии свободы вырабатывались с учетом его национального своеобразия.

Как показал ход исследования, выбор политического угла зрения еще далеко не означает, будто бы уже обозначены сколько-нибудь определенные параметры анализа. На самом деле здесь методологическое самоопределение только начинается. Обманчивая ясность исчезнет, как только мы примем во внимание как минимум три обстоятельства.

Во-первых, политика как сфера выражения социальных интересов охватывает разнообразные аспекты коммуникационной теории и практики. Ее влияние явно сказывается на содержании информационного права (и в этой связи возникает опасность свести изучение коммуникационной свободы к рутинным ссылкам на гражданские права человека). Политические мотивы улавливаются в организации системы СМИ, они яснее ясного звучат в высказываниях публицистов по общественно значимым вопросам, они предопределяют характер «закадровых» отношений между чиновниками, бизнесменами и редакторами... Нас же интересует конкретный предмет — коммуникационная свобода личности как ценность для политики, политиков и политической мысли. Этот особый предмет интереса может затеряться в необъятных просторах взаимосвязей политики и массовых коммуникаций.

Во-вторых, с другой стороны, в литературе последних лет все настойчивее проводится мысль о том, что медиа в самой своей сути принадлежат политике,

¹ Статья написана по материалам исследовательского проекта Минобрнауки РФ № 2.1.3/3713.

сливаются с нею. В свою очередь и политика якобы полностью уходит в мир медиа. Такие конвергентные версии звучат на уровне докторских диссертаций: «Современный политический процесс перенесен сегодня во многом в информационное пространство. Местом столкновения интересов различных субъектов политики... в информационном пространстве являются СМИ». И далее: «в генетике самих российских СМИ заложена установка на действия с целью сохранения политического пространства государства, что вытекает из самого факта возникновения СМИ в России. Эта миссия изначально была возложена на СМИ, и эта миссия до сих пор является в поведении СМИ определяющей»². Не станем сейчас оспаривать отождествление реального функционирования политических институтов с его публичным оглашением (в СМИ). Равным образом не будем опровергать мнение, будто конъюнктурный исторический факт — волевое решение императора Петра I о создании первой российской газеты — дает ключ к исчерпывающему пониманию общественного призвания прессы. Такое происхождение прессы не было правилом в других странах. Но в принципиальном плане важно, что наш дальнейший анализ свободы в политическом аспекте утратил бы смысл, согласись мы со стремлением упростить ее измерение до одной лишь политики или хотя бы политики по преимуществу.

В-третьих, ценность коммуникационной свободы с трудом поддается обнаружению в области политической практики, если вообще ее можно уловить. Она, несомненно, присутствует здесь, поскольку к свободе стремятся, она в той или иной степени реализуется и ею, как предполагается, дорожат. Но осознание ее как ценности не выражается непосредственно в поведенческих актах, скорее, можно говорить о ценностной мотивации при выборе стратегии поведения и совершении конкретных действий. Установить корреляцию между поведением и его ценностной мотивацией не всегда представляется возможным, тем более что в политике за поступками нередко скрываются совсем не те мотивы, которые оглашаются публично.

Попытаемся найти пути преодоления названных сложностей. В первую очередь, надо отказаться от безмерной широты ассоциации масс-медиа с миром политики. В многоцветном спектре политической науки наша зона выглядит сравнительно узкой — та и такая политология, которая целенаправленно занимается проблематикой медиасферы. Уточним: занимается не столько использованием масс-медиа в интересах государства, партий, гражданских движений, сколько их собственным состоянием, организацией, содержанием, функционированием, развитием и т.п. — в связи и под воздействием политики. На наш взгляд, речь должна идти о компетенциях особой субдисциплины — **политологии медиа**.

² Бальнская Н.Р. Специфика участия средств массовой информации в политическом процессе современной России : автореф. ... докт. политич. н. / Н.Р. Бальнская. — Екатеринбург, 2009. — С. 21-23.

Авторам уже приходилось решать подобную задачу, когда они обосновывали теоретическую модель политологии журналистики³. Предложенная тогда логика рассуждений в общем плане приемлема и в данном случае.

Прежде всего, политология медиа порождается двумя дисциплинами — политологией и массово-коммуникационной теорией. Ее *объект* помещается в зоне их пересечения («наложения» друг на друга). Политология медиа питается идейным содержанием из двух смежных областей знания. Соответствующим образом описывается *предмет* изучения. Принципиально важно установить — что выходит на первый план как материал для анализа. Будут ли это политические институты, процессы, сознание и т.п., преломленные и отраженные в медиа, или — сами по себе массовые коммуникации, в которых преломляется и отражается мир политического. Оставаясь в пределах массово-коммуникационной теории, мы обязаны сосредоточить главное внимание на медиа и рождающихся в связи с ними идеях, доктринах, течениях. Таким образом, предмет политологии медиа выглядит как взаимосвязанные с политикой теории, явления и тенденции развития массовых коммуникаций.

Вторая из названных выше сложностей заключается в **абсолютизации политики** как сущностной характеристики СМИ и, шире, массовых коммуникаций. Ссылки на отечественную специфику, особую генеалогию российской прессы как продукта государственности здесь мало оправданы. Фактически, позиции сторонников российской специфичности парадоксальным образом смыкаются с ведущими идеями западной политологии медиа (будем пользоваться этим понятием), которые, надо заметить, имеют более детализированное обоснование. К примеру, о нормативных теориях прессы отчетливо и бескомпромиссно говорится, что они выстраивают «отношения по линии медиа/демократия»⁴, и с этим утверждением западные исследователи, в большинстве своем, не стали бы спорить. Скажем больше: в европейской традиции политический статус медиа поднимается до уровня, на котором действуют государство, крупный бизнес и гражданское общество⁵.

Не покидает, однако, сомнение в том, что отведенное медиа место принадлежит им по праву. Если под демократией понимать распределение власти (как

³ Журналистика и социология 2001. Политология журналистики / ред.-сост. С.Г. Корконосенко. — СПб., 2002; Журналистика в мире политики : исследовательские подходы и практика участия / ред.-сост. С.Г. Корконосенко. — СПб., 2004 и др. изд.

⁴ Carpentier, Nico. Coping with the Agoraphobic Media Professional : a Typology of Journalistic Practices Reinforcing Democracy and Participation // Reclaiming the Media. Communication Rights and Democratic Media Roles / ed. by Bart Cammaerts and Nico Carpentier. Bristol (UK); Chicago (USA), 2007. P. 158.

⁵ Норденстренг К. Структура медийной этики, или Как регулировать этические вопросы в демократическом обществе / К. Норденстренг // Саморегулирование журналистского сообщества : опыт и проблемы жизнедеятельности : перспективы становления в России / под ред. Ю.В. Казакова. — М., 2003. — С. 9-11.

потенциала) и процесс ее осуществления, то с какой стати здесь появляются медиа? Для ясного видения подлинной расстановки сил «вокруг» власти надо различать тех, кто фактически участвует в ее реализации, и тех, кто лишь претендует на роль действующего лица, даже если это делается назойливо и напоказ. Критик и резонер (например, пресса) явно не в состоянии принимать решения и нести за них ответственность, в отличие от представителей государства и вовлеченных в политику деловых кругов. В отечественной политологической литературе утвердились более традиционные и взвешенные взгляды на расстановку сил в реальной политике. Хотя у конкретных массмедиа есть собственные цели, все-таки в первую очередь они «выполняют конструктивную функцию *артикуляции различных общественных интересов, конституирования и интеграции политических субъектов*. Они обеспечивают представителям различных общественных групп возможность публично выражать свое мнение, находить и объединять единомышленников, спланировать их общностью целей и убеждений, четко формулировать и представлять в общественном мнении свои интересы»⁶.

Стоит лишь отказаться от соблазнительного преувеличения роли медиа как некой квазивласти, и отпадет необходимость рассматривать их в качестве «только политики». Мы будто бы освободим пространство для анализа их связей в других сферах и с другими, неполитическими, агентами: в сфере культуры и информации, просвещения и межличностных коммуникаций и др. Значит, политика останется отдельным аспектом функционирования и исследования медиа, с относительно узким и специфическим набором задач.

Надо заметить, что преувеличение роли коммуникаций наносит ущерб и самой политике — сначала в теории, а затем и в опирающейся на нее практике. В новейшей литературе встречается вывод о том, что «именно подсистема политической коммуникации обеспечивает устойчивость политической системы, основным признаком которой является сохранение информационно-коммуникативных связей»⁷. Однако история и современность знают много примеров устойчивых режимов (в частности, тоталитарных и диктаторских), которые делали ставку отнюдь не на горизонтальные потоки информации, а, скорее, на административную или военно-полицейскую силу. Впрочем, и демократия держится не на одном лишь информировании, а вырабатывает многомерную композицию правовых, организационных, административных, военных и иных факторов устойчивости. Оставляя без внимания эти широко известные факты, можно допустить опасные просчеты в государственном строительстве.

⁶ Пугачев В.П. Введение в политологию : учебник / В.П. Пугачев, А.И. Соловьев. — М., 2000. — С. 300.

⁷ Коданина А.Л. Политико-коммуникационные технологии в деятельности представительства Президента Российской Федерации в Приволжском федеральном округе (2000-2008 гг.) : автореф. ... канд. политич. н. / А.Л. Коданина. — Н. Новгород, 2010. — С. 16.

Третья проблема — невыраженность ценностного отношения к коммуникационной свободе в политической практике — принципиально не может быть снята в теоретическом исследовании. Возможно, она поддается решению через выполнение эмпирических измерений, однако мы такими данными не располагаем. Нельзя к тому же исключать из внимания то обстоятельство, что из всех видов медиа с политикой теснее всего соотносятся политические коммуникации. Они, по характеристике исследователей этого явления, представляют собой «информационное воздействие политических акторов друг на друга и окружающую социальную среду (общество) по поводу власти, властно-управленческих отношений в обществе <...>. Подсистема политической коммуникации преследует цель упорядочить движение огромного массива циркулирующей в обществе информации...». В этой трактовке не остается места для свободного, «неупорядоченного» выбора информационного поведения. Добавим, что цитируемый автор строит свои заключения в русле «политической кибернетики как когнитивной метатеоретической конструкции, концептуально отображающей наиболее общие закономерности информационного взаимодействия и обмена на уровне политической системы и общества в целом»⁸. Нас же, в конечном счете, интересует совсем другой уровень — личность, с ее несистемным ценностным набором. Который, как можно предположить, вряд ли доступен рационалистскому пониманию политической кибернетики.

Невыраженность ценностного отношения к коммуникационной свободе в политической практике вынуждает нас разделить тему на две составляющие — политическая идеология и политическая практика. Первая предстает в виде документов, программных заявлений, высказываний, научных публикаций и, соответственно, доступна для анализа и оценок. Вторая будет представлена, скорее, как совокупность мысленных проекций и логических связей.

Прежде всего сказанное относится к зависимости практики от идеологии. Будем исходить из того, что политическая действительность воплощает и материализует тот духовный материал, который ей предлагают идеология и философия. Как пишет финский исследователь медиаполитики в современной Европе, «анализ политики касается не столько того, что означают понятия или слова, например, свобода, разнообразие или демократия, а, скорее, анализа того, что они делают, каков способ их функционирования в связи с другими элементами... Соответственно... наше намерение состоит не в том, чтобы искать основы понятий или предлагать новые определения, но в том, чтобы находить противоречия, различия и значимые случаи в их текущем использовании в политике»⁹.

⁸ Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития / М.Н. Грачев. — М., 2004. — С. 64, 91, 114-115.

⁹ Karppinen, Kari. Making a Difference to Media Pluralism: a Critique of the Pluralistic Consensus in European Media Policy // Reclaiming the Media. P. 10.

Итак, первоначально попытаемся рассмотреть свою тему через призму политической идеологии, по возможности избегая неуместных в данном исследовании риторичности и отстранения от реалий медиасферы.

Коммуникационная свобода в лабиринтах политической культуры

История и современная общественная практика подарили исследователям выразительный прецедент — решение проблем **коммуникационной свободы в США**. Без обращения к нему любое такое исследование было бы неполноценным. Суть американской версии бесчисленное множество раз описана в литературе. Поэтому, не повторяя в подробностях общеизвестное, мы сосредоточимся главным образом на том, насколько этот опыт может быть признан универсальным и приемлемым в других странах, включая, разумеется, Россию.

Будем опираться на работу профессора Джона У. Джонсона, размещенную в коллективной монографии американских авторов, которая призвана представить миру принципы демократии в США¹⁰. В этой обширной публикации освещены и исторические, и идеологические, и юридические аспекты темы.

Центральная социально-политическая идея публикации выражена следующими словами: «В обществе, претендующем на то, чтобы считаться действительно демократическим, выражению идей в виде публикаций, независимо от того, делается ли это в газетах, журналах, книгах, брошюрах, на телевидении или... в Интернете, должна быть обеспечена высокая степень защиты». Несомненно, что перед нами декларация ценностного восприятия свободы слова — выраженная если не в буквальной форме, то имплицитно: защите подлежит то, что представляет собой ценность. И это отчетливо политико-идеологическая трактовка вопроса, коль скоро во главу угла ставятся интересы демократии. Автор делает дополнительные акценты на политике, когда сообщает, что «американские суды обычно предоставляли политическим высказываниям большую защиту по сравнению с другими видами самовыражения. Это не вызывает особого удивления, так как американская демократия в немалой степени — продукт политической критики, направленной против практики британского господства в Северной Америке в конце XVIII в.». Под другими видами подразумеваются, например, коммерческая реклама, непристойность и т.д. Обобщая, скажем, что коммуникационная свобода здесь понимается как политическая ценность демократии.

Второе существенное обстоятельство заключается в том, что автор — историк по роду научных занятий — прослеживает эволюцию свободы слова как общенациональной ценности. Обычно в подобных публикациях внимание концентрируется на начальной точке долгого процесса — на принятии первой

¹⁰ Джонсон Дж.У. Роль независимых средств массовой информации / У.Дж. Джонсон // Материалы о демократии. — (<http://www.infousa.ru/government/dmpaper8.htm>).

поправки к Конституции США, которая гласит: «Конгресс не должен принимать законы... ущемляющие свободу слова или печати». Тем самым исходный пункт анализа становится и его конечной точкой. Однако на самом деле опыт освоения первой поправки длился в течение двух веков, проходя этапы решения таких существенных вопросов, как взаимоотношения свободы слова с клеветой, особыми обстоятельствами военного времени, репутацией общественных деятелей и др. Процесс не завершился и в настоящее время, он представляет собой постоянную практику американской демократии.

Третье обстоятельство, как бы в развитие предыдущего, связано с ролью тех институтов и действующих лиц, которые активнее всего способствовали утверждению коммуникационной свободы как нормы общественной жизни. Это не кто иной, как судебная система США точно определила, что данная концепция означает на практике, поскольку своими решениями суды последовательно защищали ее «в борьбе с силами в американском обществе, которым было не по себе из-за слишком большой свободы печати». И это журналисты создали климат, который способствовал законодательному расширению свободы печати.

Здесь мы остановимся в изложении американской версии коммуникационной свободы, ибо, в конечном счете, она нас интересует с точки зрения своей применимости повсеместно — и прежде всего в России. У авторов цитируемой монографии, похоже, нет сомнений на этот счет. «Конечно, этот уникальный опыт присущ исключительно культуре и истории США, — пишут они, — но общие принципы, вытекающие из него, широко применимы и в других демократических обществах».

Следуя логике американских специалистов, сказанное в первую очередь относится к политико-правовому закреплению коммуникационной свободы. Не случайно их очерк, как и другие подобные материалы, берет начало с упоминания Билля о правах. Эта идея, действительно, воспринята российским законодателем, который выразил ее ценностное содержание даже в более определенных словах, чем это сделано в США. В ст. 2 Конституции РФ провозглашается, что человек, его права и свободы являются высшей ценностью; в ст. 7 говорится о том, что политика государства направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека; наконец, часто цитируемая ст. 29 гарантирует каждому свободу мысли и слова, а также свободу массовой информации. По нашему мнению, здесь сделан шаг вперед в понимании масштаба явления и форм его существования. По меньшей мере, соединение мысли и слова в едином контексте свободы позволяет охватить максимально широкое пространство духовной жизни личности. При буквальном прочтении американская формулировка выглядит не такой широкой и даже несколько старомодной, а потому нуждается в дополнитель-

ном толковании. Выражая принятую в его стране позицию, Дж. Джонсон пишет, что на протяжении всей американской истории свобода слова и свобода печати оставались взаимосвязанными в умах как общественности, так и судей, которым приходилось вести процессы в отношении свободы выражения идей в форме публикаций.

Казалось бы, задача нашла необходимое и достаточное решение. Однако в действительности сюжет развивается, как в классическом детективе, где самая очевидная версия тут же опровергается, да и все последующие оказываются не более надежными. В постперестроечные годы европейские наблюдатели с удивлением обнаружили, что «крах коммунизма не означает замену тоталитарной и несвободной системы демократической и свободной... <...>. Законодательства и формальных прав недостаточно, чтобы гарантировать формирование свободных и либеральных институтов медиа, которые контролируют работу правительства». И далее: «Результатом не была победа либеральных идей, как можно было бы ожидать, базируясь на старой модели четырех теорий <...>. Проблемы контроля и регулирования не так просты, как они представлены в традиционных теориях прессы»¹¹. Это, по оценке наблюдателей, главный урок, который политическая теория медиа должна извлечь из новейшей истории России.

Возможно, секрет, как часто бывает, кроется в деталях — в данном случае нюансах юридических формулировок? В литературе высказывается мнение, что в трактовке коммуникационной свободы конституционные акты США и России, при их видимом сходстве по форме, различаются по существу, и это сравнение не в пользу нашей правовой системы¹². Критический взгляд на фундаментальные основы отечественной демократии, безусловно, полезен и плодотворен. Но если последовательно развивать эту критическую линию, то, в конце концов, придется признать, что единственно возможный путь пролегает через торжество либертарианской модели в ее американском исполнении. Вряд ли такая теоретически «стерильная» идея вступит в гармонию с реальной политической историей. Например, нет никаких перспектив у предложения переписать Конституцию РФ. Но главное сомнение относится даже не к сложности следования американскому эталону, а к тому, что его и в самом деле можно применять как **универсальное лекало**.

¹¹ Nordenstreng, Kaarle and Pietiläinen, Jukka. Normative Theories of the Media: Lessons from Russia // Media, Communications and the Open Society / ed. by Yassen N. Zassoursky and Elena Vartanova. Moscow, 1999. P. 150, 154, 155.

¹² Слудский П.А. Гарантии свободы слова: фундаментальные различия в конституциях РФ и США / П.А. Слудский // Журналистика в мире политики: диалоги о свободе: мат. секционного заседания Дней Петербургской философии-2009 / И.Н. Блохин, С.Г. Корконосенко. — СПб., 2010.

Европейские государства развивались по собственной «формуле». Она, в частности, не включает в себя этапы истории, связанные с политическим противостоянием бывшей метрополии, столь явно предопределившим либертарианские пристрастия американских законодателей, политиков и журналистов. Правда, в послевоенные годы трансляция теорий из-за океана во многом повлияла на исследования медиа и медиаполитику в Европе. Денис Маквейл считает, что занимаясь поиском разнообразия медиаотрасли на континенте, «мы не замечаем слона в гостиной, в данном случае — Соединенных Штатов, так как на начальном этапе отрасль была полнее всего развита в США, и его история в Европе может пониматься как принятие, в той или иной степени, доминирующей американской парадигмы после Второй мировой войны»¹³. Тем не менее, при сходстве базовых постулатов, разнообразие существует, и примером тому служит Германия (конституционное законодательство которой сильно повлияло на содержание Конституции РФ). Здесь в области свободы слова введен обширный реестр ограничений и запретов, в том числе препятствующих дискриминации определенных групп населения, клевете, оскорблению религиозных чувств и нравственности и т.п.¹⁴ В Конституции ФРГ недвусмысленно говорится, что каждый, кто использует свободу выражения мнений, в частности свободу печати, преподавания, собраний и др., для борьбы против основ свободного демократического строя, утрачивает эти основные права. На российских психологов — специалистов по медиапедагогике, изучавших опыт Германии, произвело сильное впечатление то, как «детально проработано законодательство, регулирующее деятельность СМИ и обеспечивающее защиту психики молодежи, чести и достоинства граждан... Здесь, — отмечают авторы публикации, — существует полярно противоположное американскому отношению к свободе СМИ. Она не считается неприкосновенной, а, наоборот, используется в качестве инструмента социальной конфликтотерапии»¹⁵.

Французская национальная школа также заявляет о своей относительной автономии в понимании общественной роли медиа, особенно на фоне глобальных политических процессов. «Как и в большинстве европейских стран в 20-ом столетии, французские исследователи привыкли обращаться к амери-

¹³ McQuail, Denis. Diversity and Convergence in Communication Science : The Idea of “National Schools” in the European Area // Communicative Approaches to Politics and Ethics in Europe : The Intellectual Work of the 2009 ECREA European Media and Communication Doctoral Summer School / ed. by Nico Carpentier, Pille Pruulmann-Vengerfeldt, Richard Kilborn, others. Tartu, 2009. P. 282.

¹⁴ Законы и практика СМИ в одиннадцати демократиях мира (сравнительный анализ) / ред. под общ. рук. М.А. Федотова. — М., 1996. — С. 56.

¹⁵ Волков Е. Средства массовой иллюзионистики : опыт медиапедагогике в ФРГ / Е. Волков, В. Сарычев // Школьный психолог. — 2000. — № 45, 46. — (<http://psy.1september.ru/2000/45/13.htm>, <http://psy.1september.ru/2000/46/4.htm> 19.05.2009).

канским, и шире — англосаксонским авторам, в поисках теорий, которые могли бы помочь подкреплять «вечное обещание рая коммуникационных технологий», — делает признание профессор Б. Кабедош. Однако в дальнейшем во Франции стало набирать силу критическое отношение к универсальным моделям коммуникации, особенно функционалистского и структуралистского толка. В частности, «глобализация побуждает некоторых думать об управлении миром; логика ретерриторизации толкает нас к рассмотрению встречи культур в понятиях гибридизации и к разговорам о глокализации»¹⁶.

Впрочем, идея личной свободы как базовой политической и гуманитарной ценности, разумеется, сохраняется, при всем разнообразии национальных школ и моделей медиа. И при этом она не получает абсолютных гарантий своего осуществления. Доказательства не приходится долго искать — их составляет текущая практика медиа в политическом пространстве, по обе стороны географического и теоретического океана.

Как пишут комментаторы, всем известна череда скандалов, разразившихся в США в связи с массовым прослушиванием телефонных разговоров американцев их собственными спецслужбами. Люди, всерьез верящие в демократические идеалы, крайне возмущены подобными признаками тоталитаризма. На это американская администрация решила дать «железное» по своей логике объяснение: представители администрации указали, что «прослушивание телефонов американцев законно, и президент США имеет право дать такое указание, но доказать это невозможно, поскольку будет нарушена государственная тайна». Отговорки о государственной тайне всегда имели большой вес в борьбе против американского законодательства. Практически все президенты, в той или иной мере, пользовались услугами «большого уха»¹⁷. Добавим, что по данным опроса, проведенного исследовательским центром «Pew Research Centre», менее трети американцев верят в факты, излагаемые в прессе. 60 % опрошенных считают, что СМИ предвзяты и необъективны, и лишь 20 % уверены в объективности печатных изданий и их неподвластности политическим силам¹⁸.

Наконец, сомнению подвергается даже сама возможность беспрепятственного обмена мнениями. Как пишет американская исследовательница, «Конституция защищает право на свободу слова; однако она не защищает людей от возможных последствий, связанных со свободными высказываниями. Вы имеете право хранить молчание. Другими словами, свобода слова оз-

¹⁶ Cabedoche, Bertrand. Communication and Media Studies: The French Tradition(s). Keys Concepts and Key Schools // Communicative Approaches to Politics and Ethics in Europe. P. 295, 304-305.

¹⁷ Туманов Александр. Место закона в США заняла гостайна / Александр Туманов // KM.RU. — 2006. — 13 июня. — (http://www.km.ru/magazin/view_print.asp?id={8065783A-8E84-4123-863B-E0F28CE3CAC4}&data=).

¹⁸ Галлямова Гузель. Американцы не доверяют собственной прессе / Гузель Галлямова // ИА «Татар-информ». — 2009. — 23 окт. — (<http://professional.ru/Topic/17861795>).

начает защиту от правительственной цензуры, но она не охраняет человека от социальной цензуры или от необходимости соблюдать социально выработанные стандарты приемлемой или недопустимой речи... <...>. По существу, медиапривратники обладают силой, чтобы определять параметры общественной дискуссии по важным проблемам (как война в Ираке), принимая, отклоняя или приглушая высказывание определенных воззрений в пространстве дебатов. Если противоположная позиция будет выражена публично и воспринята как угроза общественному строю, то... люди, которые выражали эту позицию, могут быть *наказаны* — таков способ воспрепятствования дальнейшему выражению этой позиции»¹⁹.

Не менее выразительны факты из жизни европейских государств. Один из ежегодных докладов международной организации «Репортеры без границ» открывается следующей констатацией: «2006 был чрезвычайно тревожным годом для свободы прессы в Европе, не только в странах, чьи правительства по понятным причинам вызывают беспокойство, но также и в странах — членах Европейского Союза (EU) <...>. Круг тем, которые можно свободно освещать, также сузился, это относится к ущербу репутации государства или к отрицанию и упоминанию событий истории, вызывающих опасность, или к юридической практике». В качестве примеров приводятся ссылки на полицейскую слежку за независимыми журналистами в Германии, конфликт президента с критикующей его прессой в Польше, увольнение редактора газеты за перепечатку карикатур на Пророка Мухаммеда во Франции... Конечно, не обходится и без описания «мрачной ситуации» в России²⁰.

Наконец, еще одно обстоятельство побуждает сомневаться в спасительности какой-либо апробированной политической идеологии свободы. По своему идеологическому весу оно способно превзойти все другие критические соображения. Речь идет о том, что среди российских исследователей нет согласия по коренному вопросу — а именно о приемлемости западной модели демократии в принципе. Она далеко не всеми специалистами воспринимается как совершенное воплощение моральных ценностей. Так, политологи национально-патриотической ориентации заявляют следующее: «не дан (да и не может быть дан в силу того, что его не существует) ответ на главный вопрос: *почему именно демократия должна быть единственной возможной формой государственного устройства, ради насаждения которой одному из государств мира дозволено вмешиваться во внутренние дела всех остальных*

¹⁹ Bell, Jamel Santa Cruze. Mass Media, Muted Voices, and the Case of the Dixie Chicks // Global Media Journal. 2010. Spring. — (<http://lass.calumet.purdue.edu/cca/gmj/editions/american/dialogue/bell.htm>).

²⁰ 2007 Annual Report/ Europe and the Former Soviet Block. Reporters without Borders. P. 109. — (<http://www.rsf.org>).

ных? И почему аналогичные действия не могут быть предприняты, например, монархическими странами в отношении демократических?

Демократия — это не религия, оставленная человечеству в наследство одним из пророков. Мировое сообщество отказывается ставить безусловный знак равенства между этой лишь одной из возможных форм устройства общества и реальными общепринятыми ценностями: моралью, благотельностью, верой»²¹.

Применительно к России определяющее значение морали для политического жизнеустройства акцентируется особенно резко — в частности, в работах, посвященных традициям отечественной политологии. «Взаимоотношения между субъектом и объектом власти в русском либерализме рассматриваются на взаимовыгодной основе, так как они нуждаются друг в друге. Сотрудничество между участниками достигается в случае их нравственного осознания начал творческого служения по отношению друг к другу во имя единства государства»²².

Мы приводим эти суждения вовсе не для того, чтобы ниспровергнуть западные демократические идеалы, а для демонстрации — еще раз — ценностного раскола «внутри» российского политологического сообщества. Собственные гражданские чувства автора отданы демократии, и именно с ней связываются перспективы коммуникационной свободы. Но, по всей видимости, раскол не удастся преодолеть, если уповать на волевые усилия или в директивном порядке насаждать некую одноцветную доктрину.

На наш взгляд, о политико-идеологическом понимании свободы в современной России надо говорить как о явлении становящемся, движущемся и обретающем себя в процессе движения. Так, как говорится о более объемном явлении — о политической культуре. «Несмотря на сохраняющийся в значительной степени российский традиционализм, — пишут исследователи демократии, — политическая культура общества становится более восприимчивой к влиянию извне... Россия впитывает в себя те характерные черты инородной политической культуры... И отвергаются такие черты, которые входят в непреодолимое противоречие с генотипом российской политической культуры и к восприятию которых большинство граждан России еще не готово. Все это свидетельствует о том, что страна должна пройти значительный временной отрезок, в ходе которого вследствие собственной социальной и культурной эволюции... сформируется политическая культура демократической России»²³.

²¹ Орлов А. Неверный путь США. Что может и должна сделать Россия? / А. Орлов, А. Пугаченко. — Ч. 1. — 2006. — 17 марта. — (<http://www.km.ru/infowar/index.asp?data=17.03.2006%2014:00:00&archive=on>).

²² Рожнева С.С. Либеральная концепция государственной власти в работах мыслителей русского зарубежья : автореф. дис. ... канд. политич. н. / С.С. Рожнева. — СПб., 2006. — С. 13.

²³ Баранов Н.А. Эволюция современной демократии : политический опыт России : автореф. дис. ... докт. политич. н. / Н.А. Баранова. — СПб., 2008. — С. 38.

Надо полагать, текущая история сама определит длительность периода эволюции — меньшую или большую. Впрочем, правильнее было бы вести речь о завершении лишь какого-либо этапа развития, поскольку с существованием «конечной точки» самой по себе эволюции диалектическое мышление примириться не в состоянии. Но в данном случае для нас принципиально важным моментом представляется погружение коммуникационной свободы в контекст **политической культуры**. Не имея возможности отвлекаться на ее специальное рассмотрение, заметим все же, что коммуникационная свобода (как феномен политического сознания и факт политического бытия) относится к политической культуре общества как частное к общему. Иными словами, было бы утопией строить отношения свободы в «одной отдельно взятой» сфере массовых коммуникаций, если общественная жизнь в целом не разделяет и не принимает идеалы свободы как универсальный императив.

В общественной науке существует традиция, связанная с рассмотрением демократии и гражданского общества как порождений определенного типа культуры. Соответственно, основные препятствия на пути к реальной демократии усматриваются в сфере сознания и поведения населения, отнюдь не в политике властей или, скажем, средств массовой информации. Превращение государства в исполнителя воли гражданского общества «в решающей мере зависит от состояния *гражданского сознания* россиян, которое в условиях обретенной свободы определяет их поведение либо как *граждан*, либо как *подданных*. Наблюдение за нашей политической жизнью... свидетельствует о достаточно сильной еще социально-психологической потребности людей *отдавать свою свободу некоей внешней силе* и тем самым *ощущать себя подданными державы и (или) церкви, «солдатами партии»... быть послушными исполнителями высшей воли* — воли вождя, лидера, генерала, президента, церковного иерарха...»²⁴.

Не будем предаваться иллюзиям насчет «вековой отсталости» нашей страны от генетически свободолобивого Западного мира. История не раз демонстрировала, как целые европейские нации превращались в послушных исполнителей воли вождя — взять хотя бы Германию, Италию, Испанию, Португалию середины XX века. Да и в текущем столетии идеалы свободы вовсе не так устойчивы, как это записано в канонах европейской демократии. К примеру, под влиянием экономического кризиса более 70 % жителей западных земель ФРГ заявили, что они не прочь пожить при социализме (то есть в условиях бывшей ГДР, с ее бесплатным образованием, здравоохранением и другими социальными благами). Социологический опрос показал так-

²⁴ Каган М.С. Гражданское общество как культурная форма социальной системы / М.С. Каган // Социально-гуманитарные знания. — 2000. — № 6. — (<http://www.countries.ru/library/texts/kagan1.htm>).

²⁵ Борисов А. «Остальгирующие» немцы / А. Борисов // С.-Петерб. ведомости. — 2010. — 2 апр.

же, что треть населения и на западе, и на востоке страны («весси» и «осси») «не считают свободу главной политической ценностью и готовы променять ее на гарантированную работу, безопасность и социальную защищенность»²⁵.

Перекидывая мост к проблематике коммуникационной свободы, вслушиваемся в программное заявление К. Норденстренга: «Если не на практике, то, по крайней мере, в идеальном мире теорий СМИ образ самодостаточных СМИ и образ общественности, пассивно потребляющей информацию, постепенно уступает место новому образу СМИ как продолжателей демократических традиций, стоящих на службе общественных интересов <...>. Гарантами свободы слова уже не являются СМИ и журналисты. Этим гарантом стала общественная среда — тот героически сражающийся за свободу слова авангард, а именно *граждане*, для которых свобода слова является гарантией как демократии, так и качества жизни»²⁶. Оговорку «если не на практике, то, по крайней мере, в идеальном мире теорий» мы понимаем так, что нам предлагается еще не решенная в западном мире задача, если угодно — не решаемая в условиях «прогнивших государственных структур, натасканных на героические СМИ». При том, что «переход СМИ из политического в экономический лагерь и превращение их в орудие элиты общества ничего хорошего не влечет для дела демократии, поскольку в этом случае остальной части общества будет предписана роль потребителей и наблюдателей»²⁷.

Мы очередной раз убеждаемся, что попытки глубоко и с расчетом на долгую цивилизационную перспективу осмыслить коммуникационную свободу побуждают специалистов к преодолению стандартных решений, вчерашних и сегодняшних. Им приходится искать новую парадигму мышления. Для утверждения в обществе коммуникационной свободы как политической ценности накоплен огромный теоретический, концептуальный материал. Он, однако, неоднороден и внутренне противоречив, а главное — не содержит однозначных ответов на вызовы современной практики. Мы убеждаемся и в том, что утверждение этой ценности представляет собой, скорее, нескончаемый процесс духовного и социального труда, чем достижение конечной цели. Наконец, при обращении к политической практике неизбежно придется считаться с тем, что феномен коммуникационной свободы движется не только во времени, но и в политико-культурном пространстве, включая конкретные исторические обстоятельства жизни определенной нации, свойственные ей социально-психологические реакции на политику, устоявшиеся формы политического поведения, приоритеты и пр.

²⁶ Норденстренг К. Структура медийной этики, или Как регулировать этические вопросы в демократическом обществе / К. Норденстренг. — С. 14.

²⁷ Там же. — С. 13-14.

Коммуникационная свобода в повестках дня

Рассуждая конкретно-исторически, мы должны будем отказаться от поиска эталонов коммуникационной свободы в других национальных культурах, равным образом как и в других периодах отечественной истории. При этом ни в коей мере не стоит отказываться от компаративистской методике. Горизонтальные и вертикальные параллели помогут точнее определить контуры реальной политической ситуации, в которой формируется ценность личных свобод, включая свободу коммуникационную.

В этом плане особый интерес представляет сравнение со второй половиной 1980-х годов — периодом политической жизни в нашей стране, который получил наименование перестройки. С одной стороны, события перестройки происходили совсем недавно, они еще свежи в памяти не только старшего, но и среднего поколений, и до сих пор остаются в строю многие активные участники той борьбы за обновление общества — идеологи, политики, публицисты. В их сознании и поведении, *volens nolens*, сохраняются следы той поры — как ценностно-политические установки, представления о назначении и средствах массово-коммуникационной деятельности, роли личности в общественном прогрессе и др. С другой стороны, радикальное политическое переустройство уже стало фактом, прежние цели во многом утрачивают свою острую актуальность, население России приобрело новый социально-политический опыт.

Вернуться на 20 лет назад попытались публицисты и редакторы, собравшиеся за «круглым столом» в феврале 2009 года²⁸. Они взялись осмыслить феномен **«перестроечной» журналистики**, к которой в большинстве своем были причастны, с проекцией на нынешнее состояние общества и прессы. Дополнительный свет на предмет обсуждения проливают другие заметные фигуры российской журналистики, чьи мнения вмонтированы в отчет о дискуссии. В центре внимания оказались такие яркие атрибуты того времени, как столичные издания «Огонек», «Московские новости», «Известия», «Век XX и мир», «Собеседник», «Независимая газета», а также латвийские «Атмода», «Советская молодежь» и др. Этот опыт ретроспективного анализа оказался настолько значимым для нашей темы, в разных аспектах, что к содержанию беседы следует прислушаться повнимательнее. При ссылках на высказывания мы обойдемся без указания должностей многочисленных ораторов, чтобы «паспортные» данные не затеняли суть оценок и выводов.

Первая идея, которая явственно проступает из беседы, обращена к соотношению ценностей общества с личными устремлениями журналистов. «Не журналистика была феноменальной, а общественная обстановка конца 1980-х годов была совершенно феноменальной, — убежден В. Лошак. — В таком времени на-

²⁸ Фанайлова Е. Оппозиция — нормальное состояние журналистики / Е. Фанайлова. — (<http://www.svobodanews.ru/content/Article/15101041.html>).

дежд, наверное, страна жила после войны, победив в войне... На демонстрации выходили люди с личными лозунгами, с личными плакатами... <...>. «Огонек» печатал огромное количество писем людей, писем противоречивых, тревожных, с огромным зарядом эмоций. И это был тот самый энергетический поток, который тащил журналистов и журналистику». Н. Иванова уточняет, что «называть журналистов героями вряд ли нужно. На самом деле, это было совместное нечто... И это было очень сильное движение журналистики. Движение того, что можно назвать «честная журналистика», которая вырвалась на свободу».

Из этих и им подобных свидетельств прямо следует, во-первых, что ценность коммуникационной свободы «выводится» из ценности иных политических свобод, обладающих, возможно, даже бóльшим весом и значимостью для мира и человека. Во-вторых, личные ценностные ориентации неразделимо сливаются с общественными, они взаимообуславливают друг друга — и только так обретают силу и влияние как социальный ресурс. В-третьих, подтверждается глубокая мысль К. Норденстренга о том, что в современной действительности гарантом свободы становится «героический авангард» граждан, отнюдь не журналисты — они способны быть глашатаями господствующего общественного настроения. Хотя, конечно, нельзя ни отрицать, ни принижать значение личной смелости журналиста, его инициативы и желания стать во главе колонны.

В самом деле, некоторые участники дискуссии прямым текстом заявляют, что водоворот событий и гражданских эмоций втянул их в публицистику — людей, которые до того не имели опыта работы в прессе. Л. Сараскина: «До... 1987 года я не имела обыкновения писать в газеты и журналы <...>. Но феномен перестройки и вот этого атмосферного воздействия на умы и на сердца... был такой, что вдруг разомкнулись уста тех, кто привычно не связывал себя ни с чем в государстве... Так случилось и со мной, когда вдруг появилось в «Советской России» письмо Нины Андреевой... я вдруг села и написала ей ответ, дома, от руки, и не знала, что с ним делать... — и вот откуда начались все мои упражнения в публицистике». Т. Малкина: «...я работала «секретуткой»... в газете «Московские новости». Меня туда по благу пристроили <...>. Первую свою заметку я написала в газете «Московские новости» какую-то несущественную, а первую настоящую я написала в «Независимой газете»... Это было фантастическое время!».

То «фантастическое время» ушло в историю, и на этот счет ни у кого из участников дискуссии нет сомнений. Различия распространяются и на общий рисунок общественной жизни, включая организацию политической системы, и на состояние дел в прессе, и на отношение к ней со стороны власти и общественности. О глубинных качественных переменах в социальной среде говорится, с акцентом на прессу, и в дискуссии о «перестроечной» журналистике. В. Лошак: «А сейчас пресса, наверное, так же, как и общество, и экономика российская,

переживают переходный период. Но надо сказать, что в отличие от многих других стран, падение уважения к труду журналистов, падение интереса к свободе слова, как к необходимой демократической свободе, в России колоссально...».

Таким образом, вновь возникают вопросы о том, кому в новой социально-политической и духовной обстановке быть выразителем ценности демократических свобод, кто будет «разогревать» общественный интерес к ним и какие формы должна принять эта работа.

Принципиально ясно, что хранителем ценностей были и остаются граждане, общественность, но массовый гражданский энтузиазм угас, и вряд ли он возродится спонтанно. Отдельные очаги инициативы, которые сохраняются в некоммерческих организациях правозащитного профиля, вряд ли способны коренным образом изменить атмосферу пассивности, пришедшую на смену всеобщему гражданскому воодушевлению. Даже о влиятельности политических партий в России некоторые исследователи сегодня высказываются с нескрываемым скепсисом: «По сути, все партии оказались лишены самостоятельного выхода в информационное пространство, куда госструктуры пускают только доверенных и лояльных представителей общества. В конечном счете, на информационно-медийном рынке... партии становятся не просто низкостатусным политическим институтом, но еще и неким медиапродуктом, торговой маркой для продвижения верхушечных интересов»²⁹.

Вряд ли все политологи полностью согласятся со столь резкой оценкой. Тем не менее, она дает повод для того, чтобы обратить взор на историко-политические традиции России. В течение столетий для нашего государства типичным явлением были «революции сверху», по крылатому выражению Н. Эйдельмана³⁰. Верховная власть запускала процессы социально-политической реконструкции, более или менее радикальной. Необычайно выразительные примеры тому дала полоса так называемых великих реформ, когда по воле императора Александра II развернулась широкомасштабная либерализация всей публичной сферы, включая расширение границ гласности, ослабление цензурных притеснений печати и т.п. Следом произошел бурный всплеск либерализма в общественной мысли и в публицистике³¹. Подобным образом строился и сценарий «перестройки», хотя инициировавшая ее власть не смогла предусмотреть и удержать под контролем ее последствия. Напрашивается

²⁹ Соловьев А.И. Российские партии в условиях медиакратии / А.И. Соловьев // Политическая и партийная система современной России : мат-лы Всерос. науч. конф. / ред.-изд. гр.: С.С. Сулакшин (рук.) и др. — М., 2009. — С. 65-66.

³⁰ Эйдельман Н.Я. «Революция сверху» в России / Н.Я. Эйдельман. — М., 1989.

³¹ См. драматическую историю реформирования цензурного режима «сверху» : Макушин Л.М. Цензурный режим и журналистика: от «чугунного» устава 1826 г. до закона о печати 1865 г. : в 2 кн. / Л.М. Макушин. — Екатеринбург, 2009.

вывод о том, что иного не дано и сегодня: решающим условием реанимации демократических ценностей в общественном сознании и поведении был бы импульс, исходящий «сверху».

Этот вывод представляется и верным, и скоропалительным одновременно. Его обоснованность подтверждается приведенными ссылками на историю и традиции, а также нынешнее поведение государства в информационно-коммуникативной сфере. Но он и опровергается теми же аргументами. Реформы «сверху» проходящи, они создают условия для спокойного, повседневного бытования демократии, которая после них должна развиваться эволюционно, «из самой себя»... если уроки революций выучены хорошо и надолго. Демократический процесс движется волнообразно, в нем чередуются подъемы и спады реформаторской активности. При этом самая главная и трудная задача — обеспечить гарантии сохранения демократических ценностей на период относительного спокойствия. И здесь, в качественно иных обстоятельствах, проводящих импульсов от одной лишь власти уже недостаточно. Требуются усилия всех заинтересованных сторон, что предполагает определение собственной роли для каждой из них и поиск вариантов координированного поведения. Вспомним приведенную выше мысль о том, что в традициях российского либерализма взаимоотношения между субъектом и объектом власти строятся на взаимовыгодной основе, так как они нуждаются друг в друге.

Но так ли уж на самом деле нынешняя власть нуждается во взаимодействии с общественностью и выражающей ее чаяния прессой? В либеральных кругах подчеркиваются сознательная дистанцированность правящей элиты от граждан и ее информационная закрытость, государственная гегемония в СМИ. Вместе с тем интересы объективности побуждают признать, что во властных «верхах» складываются разнонаправленные потенциалы и интенции. В качестве примера сошлемся на одну из самых ярких политических деклараций последнего времени — программно-идеологическую статью Президента РФ Д.А. Медведева «Россия, вперед!», опубликованную в феврале 2009 г. на его официальном сайте www.kremlin.ru. Среди запущенных социальных недугов нашей страны автор называет широко распространенные патерналистские настроения, уверенность в том, что все проблемы должно решать государство. «Отсюда безынициативность, дефицит новых идей, нерешенные вопросы, низкое качество общественной дискуссии, в том числе и критических выступлений. Общественное согласие и поддержка обычно выражаются молчанием. Возражения очень часто бывают эмоциональными, хлесткими, но при этом поверхностными и безответственными». Это ли не отрицание государственной монополии в публичной сфере как стратегической линии развития? И далее следует прямой призыв к конструктивному взаимодействию с активной общественностью: «Я приглашаю всех, кто разделяет мои убеждения, к сотрудничеству. Приглашаю к

сотрудничеству и тех, кто не согласен со мной, но искренне желает перемен к лучшему <...>. Таких, как мы, абсолютное большинство. Мы будем действовать». Это ли не признание ценности свободной мысли и ее свободного выражения как залога процветания нации?

Как и ожидалось, статья вызвала разнообразнейшие реакции, в том числе критические, вплоть до открытого разочарования в политической личности Президента³². Мы тоже не предлагаем воспринимать статью как общенациональный символ веры и считаем нормальным проявлением плюрализма любые ее трактовки. В данном случае важно, что политическая воля к коммуникационной свободе выражена, и это обстоятельство нельзя исключать из контекста рассуждений. Рассуждение же относится к возможности **широкого социального взаимодействия** во имя сохранения ценностей демократии в массовом сознании и поведении.

Нас, в частности, особенно интересует состояние журналистского цеха, которому по роду деятельности доверено быть и бродильным веществом в общественных настроениях, и их голосом. Участники дискуссии о «перестроечной» публицистике, в целом, склонны к критической самооценке. Л. Сараскина: «Мы, пишущие люди, я считаю, проиграли свободу слова и проиграли гласность, потому что сами оказались некрепкими и нетвердыми... Поэтому вся вина лежит на нас, тех, кто пишет, писал и будет писать». Л. Гуцдин: «... Трагедия не в том... что сейчас мало публикаций, которые волнуют людей, которые вполне могут соревноваться с лучшими статьями эпохи перестройки. Их достаточно и в Интернете. И посмотрите издания наши лучшие, ту же «Новую газету», тот же «The New Times», тот же «Newsweek», русское издание, — там много замечательных статей... Мы утратили роль, которая в любом цивилизованном обществе принадлежит прессе».

«Мы проиграли» и «мы утратили» — это далеко от претензий в адрес властей предрежущих, которые имеют под собой основания, но из которых не строится позитивная программа собственной деятельности. Взывать к себе и требовать выполнения общественного долга от себя — это, несомненно, гораздо более конструктивная позиция. Не случайно именно на ней стоят руководители журналистских корпораций, когда ищут пути возвращения прессе ее высокого статуса в социальном и морально-ценностном измерениях. В этом отношении российская пресса подчиняется генеральным тенденциям, отличающим сегодня отношения журналистики с обществом во всем мире. Выразительным примером тому служит расстановка ударений в Заявлении участников Международного конгресса «Место журналистики в изменяющемся мире» (Анталия, май 2009)³³. Харак-

³² См. об этом, напр.: Иванов В. Кто разочарован? / В. Иванов // Изв. — 2009. — 14 сент.

³³ Заявление Международного журналистского конгресса: Журналистика, которая не говорит правду, никому не нужна. — (<http://professionali.ru/Topic/1569603>).

терно, что представил его конгрессу председатель Союза журналистов России Всеволод Богданов. В Заявлении прежде всего идет речь о глобальном кризисе доверия ко всем общественным институтам, составляющим основу современного мира, в том числе и к прессе. «Доверие к журналистике многократно увеличивает ее возможности, ее реальную власть над умами и сердцами людей, — говорится далее. — Тем нетерпимее должны быть мы все к тому, что подрывает в глазах читателей, зрителей и слушателей доверие к нашему слову». В этой связи ожидаемо упоминаются притеснение прессы и давление на журналистов. Но ударный абзац посвящен другой, внутренней для корпорации проблеме: в сложившихся условиях как никогда требуется «интерес к работе друг друга, вдумчивая и бескомпромиссная оценка труда своих коллег. В том числе тех, и особенно тех, кто компрометирует наше сообщество... бесчестие любого из нас, даже самое малое, — воспринимается как бесчестие профессии. Не экономический кризис, а бессовестность отдельных наших коллег приводит к кризису читательского доверия».

Очевидно, что делегаты конгресса исходят из презумпции морального здоровья профессиональной корпорации, несмотря на частные отклонения от нормы. Значит, расчет делается на ее способность перебарывать эти отклонения и вступать в союз с гражданской общественностью. Если бы дело в принципе обстояло иначе, то прессу следовало бы навсегда вычеркнуть из числа поборников демократических свобод. Неопровержимо логичным становится следующий вывод — о том, что тогда и сама она перестала бы быть территорией свободы.

Между тем, публицисты не допускают мысли о возможности такого исхода. Участники анализируемой дискуссии убеждены, что свобода имманентно присуща журналистике, только степень ее проявления может варьироваться в зависимости различных факторов. Так, Л. Гуздин обращает внимание на политическую конъюнктуру: «Почему у меня сейчас есть надежда на сегодняшнюю... отвратительную ситуацию со свободой прессы в этой стране? Потому что журналисты, что бы они сейчас ни писали, на кого бы они сейчас ни работали, как бы они внешне ни служили власти, они по-прежнему являются оппозицией существующей власти. И это нормальная ситуация для журналистов». О. Хлебников также уверен, что «журналистика... мужественная, оппозиционная была, действительно, и до перестройки, и существует сейчас».

Мужество — категория личностная, она менее всего подвластна веяниям в официальной политике. Вероятно, не всегда нужно соотносить ее именно с оппозицией государственным институтам, ибо пространство проявления личной смелости и независимости шире политических разногласий. Но со свободой личное мужество соотносится всегда. Это отчетливо выразила в своем прогностическом высказывании Л. Сараскина. По ее убеждению, как только журналист «окрепнет и вспомнит лучшее — у него появятся читатели и по-

явится свобода». Имеются в виду моральная стойкость и собственный опыт честности и искренности в профессии.

У представления о широте диапазона, в котором проявляется журналистское мужество, есть и другой параметр — назовем его географическим. За последние годы сложилось правило, согласно которому, как только речь заходит о независимой позиции журналистов, тут же делаются дежурные ссылки на определенную группу федеральных СМИ — «Новую газету», «The New Times», «Эхо Москвы»... Они, по всей вероятности, заслуженно занимают место в этом ряду. Но на самом деле факты независимости суждений и личной смелости встречаются, конечно, далеко не только в столичной прессе. Показательно, например, что в 2005 году в числе первых, кого Союз журналистов России наградил специальным дипломом «Честь и достоинство», было пресс-сообщество Алтая — за солидарную акцию «Не поддаваться! Не прогибаться! Говорить правду!». Десятки городов страны ежегодно представлены в списках номинантов и лауреатов в конкурсе на Премию Артема Боровика за лучшие журналистские расследования, проходящем под девизом «Честь. Мужество. Мастерство». Для наглядности рассмотрим один такой «не столичный» пример.

Брянская газетчица Евгения Чалиян в течение десятилетий известна своим читателям как человек бескомпромиссный и отважный, готовый поставить на карту собственное благополучие и безопасность, когда берется за расследование неблагоприятных поступков сильных мира сего. В случае, о котором мы ведем речь, в поле ее внимания попали первые лица области — губернатор, его заместители, ответственные работники администрации, заметные на региональном горизонте хозяйственники. По данным автора, за многими из них числятся проступки, которые либо уже вызвали служебный интерес следственных органов, либо заслуживают расследования. Е. Чалиян в подробностях раскрывает факты торгово-финансовых манипуляций с землей, находящейся в федеральной собственности, и других злоупотреблений. Едких замечаний удостоились и высокие федеральные чиновники, которые, как полагает журналист, не торопятся нормализовать ситуацию в области. И все это — с именами и документальными свидетельствами³⁴. Не будем забывать, что дело происходит в относительно небольшом областном центре, где не только все чиновники на виду, но и все вольнодумцы досягаемы для ответных карательных санкций.

Можно ли считать это резкое выступление проявлением политической оппозиционности властям, которая, по мнению некоторых «перестроечных» журналистов, органически присуща прессе — всегда, по любому поводу и даже без повода, в конечном счете, как отрицание всякой возможности сотрудничать с легитимной администрацией? Вряд ли, ведь тогда можно было бы обойтись без

³⁴ Чалиян Е. Обрученные с властью / Е. Чалиян // Брянский рабочий. — 2010. — 16 апр.

конкретных фактов, достаточно было бы подозрений, упреков и категорического «Не верю!». Можно ли считать публикацию формой сотрудничества с властью? Вероятно, да, если только не иметь в виду нынешние административные персоны. С ними у автора и газеты отношения разорваны безвозвратно («В добрые времена даже менее опозорившихся джентльменов не пускали на порог благородного дома», — заявляет Е. Чаляян). По существу, пафос статьи заключается в недопустимости самодискредитации института власти, которому на роду написано всячески оберегать идеалы демократии и действовать в соответствии с ними, на общественное благо. Именно с такой властью готова сотрудничать пресса, исповедующая принципы свободы.

С другой стороны, перед нами разворачивается акт гражданского взаимодействия с населением региона. Автор явно выражает не одни лишь собственные суждения, а те настроения и мнения, которые витают в обществе (ссылки на них неоднократно встречаются в статье; нам также известно о них из личных бесед с Е. Чаляян). Каждая сторона выполняет свойственные ему функции: население наблюдает и оценивает плоды деятельности администрации, формирует свое отношение к политической обстановке в регионе и стране, а пресса придает публичность этим настроениям и взглядам, формулирует бытующие идеи и дополнительно стимулирует гражданскую активность. Идеологически и тактически позиции общественности и журналистики максимально сближаются, и этот альянс несет в себе мощный созидательный потенциал.

На первый взгляд может показаться, такое распределение сил укладывается в популярные (благодаря западным медиаполитологическим источникам) схемы, предписывающие прессе метафорическую роль «сторожевого пса демократии» или «четвертой власти» и т. п. Странники этих трактовок, превратившихся ныне в речемыслительные стереотипы, предлагают почти романтизированный образ СМИ как стойких и неизменно справедливых защитников общественных интересов. На самом деле в функциональном плане отношения выстраиваются далеко не так однолинейно и описываются с помощью другого, более реалистического понятийного аппарата, имеющего отчетливо выраженную практически-прикладную ценность для политики.

Исследователи медиаполитики, опираясь на новейшие разработки зарубежных и отечественных специалистов, предлагают исходить из различия непосредственных интересов власти, прессы и общественности. «С одной стороны, органы власти и политические субъекты должны решать те проблемы, которые волнуют население и к которым привлекают внимание СМИ, но с другой — у политиков есть свои собственные интересы»³⁵. В свою очередь, далеко не всегда и СМИ, и население ведут себя как беззаветные альтруисты, чуждые

³⁵ Пономарев Н.Ф. Информационная политика органа власти: пропаганда, антипропаганда, контрпропаганда / Н.Ф. Пономарев. — Пермь, 2007. — С. 19.

беспокойства о своей выгоде. Соответственно, будет формироваться несколько и разных **повесток дня**: медийная, общественная и властно-политическая. Ни одна из них не совпадает стопроцентно с теми объективными потребностями социума, которые можно было бы назвать реальной повесткой. «При исследовании установки медиаповестки главной зависимой переменной служит содержание новостных публикаций, общественной повестки — относительная важность вопросов для общественности, политической повестки (или повестки органа власти) — план деятельности политического актора (или органа власти)»³⁶. Наконец, все стороны заинтересованы во «взаимодействии» повесток дня, ибо расхождение чревато взаимным отчуждением и недоверием³⁷.

Нам приведенная логика рассуждений представляется убедительной. В частности, она точно нацелена на утверждение ценности коммуникационной свободы личности. Различие исходных интересов не должно препятствовать союзу общественности, прессы и власти. Напротив, солидарное и синхронизированное выдвижение этой многомерной ценности в три повестки дня, сближение повесток способно дать предельно высокий эффект.

В примере из брянской прессы мы как раз и увидели «взаимодействие» повесток, по меньшей мере, медийной и общественной — при их явном расхождении с властно-политической. Если угодно, в статье звучит призыв-требование о присоединении власти к союзу населения и прессы, хотя по внешним признакам это, скорее, объявление войны. Вместе с тем, при всей, как представляется, очевидной целесообразности такой политической стратегии, она находит оппонентов. Возражения звучат не всегда напрямую — ибо в современном мире трудно отвергать идею гражданского согласия по поводу признанных прав и свобод. Более «безобидными» выглядят попытки найти боковые, обходные пути решения проблемы взаимодействия в медиасфере. Вот некоторые образцы такого медиаполитического лукавства.

На сайте Кремль.Орг., созданном под патронатом официального Фонда эффективной политики, аналитик задается вопросом о том, что же это такое — свобода слова? Он, разумеется, не отрицает ее, как признает и общественную ценность независимой прессы. Но при этом у прессы «должно быть две основные функции. Одна из них заключается в том, чтобы обеспечивать обратную связь власти и общества, служить независимым источником информации о положении дел в стране для органов власти, доводить до руководства страны независимые экспертные оценки... Другая — обеспечить интеллектуальной части общества возможность получения информации из разных... источников, возможность делать выбор в пользу той или иной точки зрения, отстаивать свою позицию, доводить ее до сведения общества и власти. Что

³⁶ Пономарев Н.Ф. Теории и технологии медиаполитики / Н.Ф. Пономарев. — Пермь, 2009. — С. 46.

³⁷ Пономарев Н.Ф. Информационная политика органа власти / Н.Ф. Пономарев. — С. 11.

касается большинства населения, то оно, как правило, хочет не столько права выбора, сколько чувства определенности... С одной стороны, нельзя лишать профессора права узнать 10 точек зрения на какую-то политическую новость... С другой стороны, нельзя заставлять колхозника выслушивать по центральному телевидению все эти противоречивые и малопонятные для него точки зрения, лишая его всяческих ориентиров»³⁸.

Надо сказать, не так уж часто встречаются столь откровенные манифесты дискриминации по признаку элитарности — властно-политической или интеллектуальной. Вроде бы автор руководствуется идеей информационно-коммуникационного взаимодействия социальных субъектов — но с явным креном к пользе для органов власти и управления. Общественность же представлена таким узким кругом граждан и отбирается по такому неопределенному критерию («интеллектуальная часть»), что невольно возникают ассоциации с закрытым клубом избранных персон. Соответственно, коммуникационная свобода перерождается в привилегию — и в потреблении, и в производстве, и в распространении информации. На уровне «большинства населения» личная свобода попросту игнорируется как потребность, факт и ценность. Суть административного лукавства заключается даже не столько в выдвигании на первый план интересов государственного аппарата, сколько в подмене понятий: действительное выдается за разумное, реальная пассивность населения — за уровень ее потребности в саморазвитии и социальной активности, неумение пользоваться личной коммуникационной свободой — за социально одобряемый ценностный идеал.

Было бы неверно и несправедливо возлагать вину за такое смещение акцентов в понятиях и действиях только на эгоцентричную власть. Меркантильную пользу из отсутствия национального консенсуса по поводу свободы как всеобщего необходимого блага извлекают и многие СМИ. Главным образом те, что откровенно ориентированы на коммерческий успех любой ценой. Одним из признанных лидеров в этой рыночной гонке стал ИД «Комсомольская правда», и прежде всего одноименная газета. Журналистка «The New York Times» (США) познакомилась с порядками, царящими в штаб-квартире «КП», и была поражена как прямолинейностью установки на неразвитый читательский вкус, так и коммерческой эффективностью избранной стратегии. «По словам главного редактора и генерального директора «Комсомольской правды» Владимира

³⁸ Лагутин В. Что такое свобода слова? / В. Лагутин. — 2006. — 21 февр. — (<http://www.kreml.org/opinions/111011556>).

³⁹ Барнард Энн (Anne Barnard). Несмотря на сокращение свободы СМИ, русские таблоиды кричат и процветают / Энн Барнард. — 2008. — 27 июля. — (<http://www.inosmi.ru/translation/242858.html>).

Сунгоркина, — сообщает американская гостья, — «оптимистический» тон и «незаумный» подход — это то, чего хочет читатель...

— Мы — не унылая газета... Мы должны помогать людям жить... Если мы начнем писать о высокой культуре, у нас весь народ разбежится, — говорит Сунгоркин. — Ко Льву Толстому мы и близко подходить не будем»³⁹.

Как ни парадоксально, перед нами предстает один из вариантов сближения повесток дня: бюрократия, пресса и значительная часть населения солидарно отказываются от обсуждения «высоких» политических и культурных материй. Однако такое согласие лишено духовно-ценностной сердцевины — никак иначе нельзя маркировать, аллегорически говоря, удаление от Льва Толстого. В частности, наблюдаемый дрейф прессы в сторону незатейливой житейской проблематики, по сути, означает отказ от ценностей свободы. Сошлемся еще раз на публикацию «The New York Times»: «Комсомольская правда» не имеет совершенно ничего общего со свободой прессы, — говорит Алексей Симонов из московского Фонда защиты гласности... — Их это совершенно не волнует».

Если так, то данный коммерческий феномен оказывается за границами политического анализа ценности коммуникационной свободы. Это относится не только к единичному случаю, но и ко всем подобным явлениям. При всех различиях в понимании коммуникационной свободы личности, при том, что отношение к ней не всегда выражается в вербальной форме, она нуждается в артикуляции. Не в форме лозунга, а в качестве неизменного вектора поведения участников политической жизни. Иначе она попросту исчезает как характеристика практической деятельности и предмет политологического исследования.

Корконосенко Сергей Григорьевич, доктор филологических наук, профессор Санкт-Петербургского государственного университета.

Журналистика русского зарубежья: требуются персоналии

Кажется, совсем недавно она полностью отсутствовала в учебном процессе факультетов журналистики. Некоторые издания значились в каталогах Спецхрана РГБ, тогдашней «Ленинки», рядовому читателю добраться до них было трудно. Сейчас — другое дело. В РГБ открыт зал «Русское зарубежье», прекрасная библиотека с тем же названием принимает читателей в Москве на Таганке. Учебники по истории русской журналистики пополнились главами об эмигрантских изданиях, курсы «Журналистика русского зарубежья» читаются во многих университетах. На ежегодно проводимой в МГУ Всероссийской научно-практической конференции (нынче она называлась «Журналистика в 2008 году: общественная повестка дня и коммуникативные практики СМИ») впервые был запрограммирован Круглый стол «Печать русской эмиграции: история, типология, современное состояние». Неожиданно разговор о ней начали не университетские профессора и доценты, а работники библиотек: директор библиотеки-фонда «Русское зарубежье» О.А. Коростелев, зав. отделом РГБ Н.В. Рыжак. Они говорили о трудностях пополнения фондов, о необходимости перевода старых изданий, особенно газет, на новые носители информации: читателей стало больше, издания ветшают быстрее. Речь шла и о степени изученности связанных с эмигрантской прессой проблем. В принципе ее история, типология, проблематика известны, но студентам она нередко представляется сплошным массивом, где нет фигур с «лица не общим выраженьем», которые бы заинтересовали, увлекли, побудили к самостоятельному поиску. Почти все преподаватели, выступающие перед студенческой аудиторией с лекциями о публицистике русского зарубежья, заявляют: «Нужны персоналии!» Учебники по литературе русского зарубежья знакомят студентов с творчеством Ивана Шмелева, Бориса Зайцева, Алексея Ремизова, Михаила Осоргина, Владимира Набокова, Гайто Газданова и множества других талантливых людей. А были ли такие среди журналистов? Оказывается, были.

Вадим Руднев родился в большой патриархальной и патриотически настроенной семье. Его родители были энтузиастами земской деятельности. Активная земская деятельность и Вадима Викторовича в начале 1917 года привела на пост московского городского головы. После Октябрьской революции Руднев оказывается в эмиграции, но и здесь опыт земской деятельности ему пригодился. Бегство большого количества россиян в страны Европы заставило Лигу Наций учредить специальный комиссариат по делам беженцев. Среди его активистов оказался и Руднев. Он был одним из пяти редак-

торов журнала «Современные записки» и в то же время — руководителем Российского земского комитета помощи русским гражданам за границей. Руднев постоянно ездил по странам Европы, изучая положение беженцев, анализируя положительный опыт решения их проблем. В июне 1924 года в Париже выходит его брошюра «Русское дело в Чехословацкой республике», где он пишет, что «нельзя не отдать должного великодушью численно небольшого народа, тратящего на русских беженцев больше, чем все европейские государства, вместе взятые»¹. Особенно часто Руднев обращался к проблемам подрастающего поколения русской эмиграции. В 1928 году вышла его брошюра «Русская школа за рубежом», в которой он поднимает вопросы условий жизни детей (жилище, одежда, питание), их здоровья, семейного быта, вызванного нуждой раннего вовлечения в промышленный труд. Готовясь к написанию брошюры, он использовал редкий для того времени метод анкетирования. На вопросы Руднева отвечали учителя, работающие с детьми из России. Выяснилось, что в Греции семьи из России круглый год живут в палатках, что обычно русская семья из 57 человек занимает квартиру в одну-две маленьких комнаты, в которых скученно живут несколько поколений. Дети с жадностью завтракают в школе, унося домой оставшийся хлеб. Школа для них — родной приют среди чужеземной стихии, по усердию и успехам они занимают первые места. Профессора вузов тоже отмечают это.

Руднев внимательно наблюдает за политической жизнью России и отмечает, что процесс разрушения экономики «зашел так далеко, что не может уже быть остановлен полумерами. Необходимо радикальное устранение вызвавших катастрофу причин — смена господствующей в настоящее время в России политической и экономической системы»². В то время многие наделись на нэп, который рассматривался как мирный переход назад, к капитализму, при этом надеяться надо только на себя — никакая капиталистическая «заграница» России не поможет. Так думал и Руднев. Надежды на мировую революцию, которыми всегда тешили себя большевики, он тоже считал маловероятными. С большим интересом присматривается Руднев к процессам, происходящим в деревне. В статье «Около земли» он пишет, что сами крестьяне решают земельные вопросы «исключительно мирно», и во время столыпинской реформы все протекало хоть и стихийно, но «в русле общинных передельных традиций». Эту мысль Руднев подкрепляет словами из письма новгородского крестьянина: «Если бы революцию мы сами делали, — давно бы на земле тихо стало и порядок был бы»³. В статье «Около земли» Руднев

¹ Руднев В.В. Русское дело в Чехословацкой республике. — Париж, 1924. — С. 5.

² Руднев В.В. К вопросу о судьбах русской промышленности // Современные записки. — 1921. — № 6. — С. 286.

³ Руднев В.В. Около земли // Современные записки — 1924. — № 18. — С. 370.

останавливается и на культурном состоянии деревни. Пользуясь статистикой из сборника «Крестьянская Россия», он замечает, что на фоне шумихи о борьбе с неграмотностью закрываются школы, учебный процесс действующих не обеспечен простейшими пособиями. Статья «Около земли» была определенной вехой в творчестве Руднева. Все предыдущие работы имели четкий информационный повод — командировки, съезды, совещания, только что вышедшие книги, неожиданно обнаруженные документы. «Около земли» — статья выношенная, может быть, поэтому в ней так много не особенно присутствующих его более раннему творчеству тропов: «авантюристы, ловящие свою рыбу в мутных водах революционного разлива»; «смерч, оставляющий после себя груды развалин» (о революции); «опыт, добытый крестьянством в его одиноких скитаниях по историческому бездорожью»; аппарат власти — «закованное в сталь чудовище, сжавшее страну в своих мертвых тисках» и т.п. Возможно, что именно при работе над статьей «Около земли» Руднев почувствовал себя настоящим журналистом — стал писать легче, образнее, используя разные жанры. Но сельская тема по-прежнему оставалась для него наиболее привлекательной. Об этом говорят его последующие статьи в «Современных записках»: «Общинное или единоличное землепользование?» (1924), «Кризис помещичьего землевладения в России» (1926), «Вопросы коллективизации» (1931).

Зарождение германского фашизма заставило русскую эмигрантскую элиту задуматься над вопросом: как относиться к новой мировой войне, в которую неминуемо будет втянута Россия. Видя, как снова вспыхивают батальи между «пораженцами» и «оборонцами», Руднев заявляет: «Всякая война сейчас для России страшный риск, если не катастрофа... Поражение советского правительства было бы началом расчленения России. Сочувствовать при этих условиях поражению и на нем строить свои планы русская эмиграция никак не должна»⁴.

Во второй половине 30-х годов одним из любимых жанров Руднева становится комментарий. Журнал печатает письма, полученные из России, статьи и очерки, опубликованные там, сопровождая их редакционным комментарием. Так, в 57-м номере «Современных записок» был опубликован отчет экспертов, проверявших состоятельность эпохального советского проекта «Большая Волга». В прессе, как в западной, так и в советской, высказывались мнения, что эти «воздушные замки» невозможно построить, что вложения в них не рентабельны, что многочисленные шлюзы будут мешать судоходству по Волге, что при сооружении плотин будут затоплены обширные и ценные сельскохозяйственные угодья, плотины будут препятствовать продвижению рыбы к местам нерестилищ и т.д. Руднев, давая свою оценку проекту,

⁴ Руднев В.В. Двадцать лет тому назад // Современные записки. — 1934. — № 56. — С. 389-390.

добавил то, о чем не могли сказать вслух советские специалисты: бессмысленные темпы истощают хозяйственные ресурсы страны; широкое применение принудительного, каторжного труда ведет «к свирепому истреблению сотен тысяч, если не миллионов человеческих жизней»⁵. Он вспоминает гораздо меньшую по размерам стройку — Беломоро-Балтийский канал, который «был построен положительно на костях, но ведь это пигмей по сравнению с колосом «Большая Волга»⁶.

В конце 30-х годов Руднев был всецело поглощен мыслями о судьбах России. Он верил в ее грядущее возрождение и мечтал о нем. Его волновала проблема христианства в современном мире, он искал путей, которые могли бы превратить его в мощное духовное орудие борьбы против тоталитарного варварства. Но фашизм вооружался быстрее. Фашисты вторглись в Бельгию и двинулись на Париж. Идущие на юг поезда вместили не всех. Рудневы, которым было уже за 60, отправились на юг пешком, ночуя в полях. Они прошли 500 километров и остановились в маленьком городке По. Тяжелая дорога подорвала силы Вадима Викторовича. Он заболел и 19 ноября 1940 года умер. Его гроб, накрытый русским национальным флагом, эмигранты на руках несли до кладбища. Участница скорбной процессии Елена Извольская вспоминала: «Мы все знали его по Парижу и по «Современным запискам», знали его самоотверженное служение культуре. Но тут, в По, мы как-то особенно к нему привязались. Он стал для нас символом русской гуманистической культуры, ценнейшего русского духовного наследия»⁷.

Борис Николаевский начал выступать в прессе в 1924 году. Он публиковался в таких эмигрантских изданиях, как «На чужой стороне», «Голос минувшего». Писал в основном о новых книгах и о людях, встречи с которыми оказали влияние на формирование его взглядов. Среди героев его очерков революционеры-народники писатель С.М. Кравчинский, философ, публицист и социолог П.Л. Лавров, «русский якобинец», литературный критик и публицист П.Н. Ткачев. В конце 30-х годов он начинает публиковаться в «Русских записках» и в «Современных записках», но в основном это были небольшие рецензии, корреспонденции о литературных выставках и вечерах. Среди библиофилов он был известен как обладатель огромного архива, но в дни оккупации Парижа фашистами этот архив был украден «опекавшим» хозяина эсесовцем. По-настоящему Николаевский развернулся только после переезда в Нью-Йорк в «Новом журнале». В первом же номере этого журнала он выступает с большой статьей «Внешняя политика Москвы». Он пи-

⁵ Поль К. Большая Волга. Руднев В. Послесловие // Современные записки. — 1935. — № 57. — С. 391.

⁶ Там же.

⁷ Извольская Е. После разгрома // Новый журнал. — 1942. — № 1. — С. 367.

шет, что за последние двадцать лет эта политика все более становилась политикой Сталина. Ее движущие мотивы — тайна, загадка, поскольку в России «известным становится только то, что хочет огласить само правительство. Выход за эти пределы является государственным преступлением, а таковые там караются быстро и беспощадно»⁸. Но политические максимы, сформулированные Лениным, до последнего времени были на вооружении российских политиков: невозможность мирного сосуществования с капиталистическим окружением, использование революции как спасения от внешней угрозы, надежда на то, что из большой войны вырастет мировая революция. Мир, по их мнению, разделен не только по горизонтали — на классы угнетенных и угнетателей, но и по вертикали — на такие же государства. «Угнетенная» Германия оказалась с Россией по одну сторону баррикад, отсюда — самый тесный союз с этой страной с 1918 года до ее вероломного нападения на СССР. Николаевский внимательно следит за ходом войны, анализирует расстановку сил во вражеском стане. Во втором номере «Нового журнала» появляется его статья «Смещение фельдмаршала фон Браухича», подробно разъясняющая, что стоит за этим «шахматным ходом» Гитлера. «Сын Восточной Пруссии Браухич всегда был сторонником союза с Россией. Он говорил, что «Германия, опирающаяся на Россию и имеющая возможность пользоваться ее сырьем, не только выправит свое хозяйственное положение, но и станет неуязвимой для внешнего мира. Ей тогда никакая блокада не будет страшна. Ее тогда не сломит даже союз всех остальных стран мира»⁹. Эти взгляды раздражали другого ставленника Гитлера — Розенберга, автора идеи гитлеризации Восточной Европы, но Гитлер ценил военное искусство фон Браухича и прилагал все силы, чтобы привлечь его на свою сторону. Война оказалась более трудной, чем ожидалось. Браухич требовал приостановки наступления на Востоке. Прекращения ненужной, по его мнению, войны с Россией требовала и Япония. Розенберг же поддерживал Гитлера в стремлении довести войну до победного конца и добился своего.

Николаевский публикуется буквально в каждом номере «Нового журнала». В третьей и четвертой книгах печатается продолжение его статьи «Внешняя политика Москвы». Он подробно анализирует полемику вокруг «ленинского наследия», закончившуюся физическим истреблением всех оппонентов и надеждой на успех «второго тура войн и революций». С интересом следит Николаевский за событиями на Востоке. Об этом говорят темы статей в «Новом журнале»: «Советско-японское соглашение», «Япония и Сталин», «Как Япония пришла к войне», «Революция в Китае».

⁸ Николаевский Б.И. Внешняя политика Москвы // Новый журнал. — 1942. — № 1. — С. 230.

⁹ Николаевский Б.И. Смещение фельдмаршала фон Браухича // Новый журнал. — 1942. — № 2. — С. 224.

После войны Николаевский не раз обращается к анализу экономической политики СССР, в частности, сельского хозяйства. В статье «Новый поход против деревни в СССР» он пишет о том, как советское правительство снова стало «ломать мужика» укрупнением колхозов, а также укрупнением бригад с 5-10 до 100-150 человек, поскольку звеньевая организация труда оказалась кому-то близкой к дореволюционной, семейно-общинной. Результаты новшества он анализирует, используя публикации «Московской правды», особенно ее статистические сводки. Результаты удручающие: планы не выполнены, продукция растениеводства и животноводства разбазаривается. Еще более сокрушительный удар по селу должно было нанести волонтаристское решение Хрущева о селении неперспективных деревень в «агрогорода». Николаевский пишет, что на оккупированных фашистами территориях пострадал каждый третий крестьянский дом, люди до сих пор живут в землянках и сараях, а Хрущев предлагает выселять крестьян из добротных имеющихся домов в непостроенные агрогорода. В следующем номере журнала выходит статья «Поражение Хрущева». Тот выступил в «Правде» от имени правительства с пропагандой своей идеи, заметив, что термин «агрогорода» неудачен, ибо может возбудить у крестьян чрезмерные надежды. Надежд не оставалось даже на личное хозяйство: предлагалось урезать приусадебные участки до одной-полутора соток, чтобы не отвлекать крестьян от общественного труда. Хрущев выступил в «Правде» 5 марта, но в следующем номере газета дала «исправление ошибки», сообщив, что статья Хрущева напечатана в дискуссионном порядке и Политбюро признало необходимым ее публично дезавуировать. По тому, что вопрос о селении исчез со страниц советской печати, автор сделал вывод, что укрупнение колхозов провалилось, но предупредил, что «было бы большой ошибкой думать, что хрущевские планы окончательно похоронены, что чаша принудительного сселения минует советское крестьянство»¹⁰. Чаша не миновала. Брошенные вместе с мебелью, утварью, садами деревни и сегодня ждут хозяина, а его все нет: потомки тех, старых хозяев живут в городах и именуются обидным словом «маргиналы».

О неполноте и искажении информации, даже касающейся писателей, живших в девятнадцатом веке, о замалчивании определенных фактов их биографии, их политических взглядов можно судить по перечню статей, опубликованных в «Новом журнале»: «Неизвестный Гоголь», «Клевета о Достоевском», «Литературные мытарства Чехова», «Трагедия Максима Горького», «Неизданные письма Герцена». Политизированный подход российских исследователей к гуманитарным ценностям отмечал и Николаевский. Рецензируя два тома «Литературного наследия», посвященные Герцену, и много-

¹⁰ Николаевский Б.И. Поражение Хрущева // Новый журнал. — 1951. — № 25. — С. 231.

томное собрание произведений писателя, он замечает, что их выход в свет — заслуга не столько советской историографии, сколько семьи Герцена, особенно его старшей дочери Натальи Александровны, еще до революции собравшей основную массу материалов. Журналист приветствует появление «Лит-наследства» и 22-х томов собрания сочинений Герцена, хотя и эти издания не обошлись без изъятов: интерес к Герцену большой, но его «до 1905 года запрещали, и сейчас нет возможности изучать как следует»¹¹. Причину того, что писателя-революционера, любимого и цитируемого Лениным, не издают и как следует не изучают в советской России, Николаевский объясняет так: «Он был слишком свободным внутренне человеком; от всей его личной биографии, от всех его идейных исканий, от каждой строчки, им написанной — так брызжет искрами свободной мыслью, что его свободное изучение (а без свободы ведь нет науки!) невозможно в несвободной стране»¹².

Неполнота информации и искажение истины были присущи даже статьям и книгам о Ленине, включая детские издания. Володю Ульянова представляли мальчиком из небогатой, многодетной, революционно настроенной семьи. В эмигрантской среде часто говорили об очередной дозе неправды, представленной юным россиянам. Первым написал об этом **Николай Вольский** (псевдоним **Н. Валентинов**). В 1951 году в Париже вышла большая (542 страницы) книга Жерара Вальтера «Ленин». Ранее перу этого писателя принадлежали книги о Цезаре, Мюнцере, Марате, Робеспьере, Бабефе. За три года до «Ленина» вышла в свет «История французской компартии». «Этот человек из гроба продолжает держать мир в мучительной неизвестности», — писал Вальтер. В рецензии на его книгу Валентинов согласился с этими словами: «Кем был Ленин как человек, чтобы сыграть столь грандиозную историческую роль? Что выделяло его из общих рядов? Его жизнь продолжает оставаться неизвестной, нераскрытой, темной»¹³. Вольский — Валентинов, хорошо знавший Ленина в молодости, добавляет к образу, созданному Вальтером, запомнившиеся ему качества: с одной стороны, нетерпимость, вера в себя, жестокость, отрицание компромиссов, решимость, не останавливаясь, идти к цели. С другой — осторожность, хитрость, расчетливость, гибкая приспособляемость к условиям жизни. Раздражает рецензента то, что писатель избегает заимствований из эмигрантских источников и пользуется только советскими: «выбрасывает Троцкого из организаторов революции и везде заменяет Сталиным, то есть идет по стопам составляемой в Кремле истории». В ответ на реплику Вальтера, что он «слушал голос исторической правды», Ва-

¹¹ Николаевский Б.И. Герценоведение в советской России // Новый журнал. — 1945. — № 10. — С. 380.

¹² Там же. — С. 383.

¹³ Валентинов Н. Gerard Walter. Lenine // Новый журнал. — 1951. — № 25. — С. 292.

лентинов с иронией замечает: «Охотно этому верим, но Кремль так глушил и глушит «голос исторической правды», что Вальтер, несмотря на все его добрые намерения, не всегда был в состоянии определить, где правда, а где ложь»¹⁴. Отметил рецензент и то, что французский писатель мало говорит о Ленинеторетике, в частности о том, как в 17-18 лет его «перепыхал Чернышевский». Это высказывание было Валентинову особенно памятно, так как в конце января 1904 года в маленьком женевском кафе в ответ на его реплику о том, что Чернышевский — плохой писатель, Ленин разразился получасовой гневной речью в защиту Чернышевского. Присутствовавшие при этом Воровский и Драбкин уже при советской власти хотели восстановить этот монолог для истории. Хорошо помнил его только Валентинов, поскольку именно ему монолог был адресован. В том же 1951 году он, опираясь на давно сделанную запись, написал для «Нового журнала» статью «Чернышевский и Ленин». В ней он опровергает распространенное в России мнение о том, что Ленин в гимназии читал Маркса, цитируя сестру Ленина Анну: «Саша сидел за Марксом, а Володя им совсем не интересовался». Валентинов уверяет, что Чернышевского Ульянов начал читать только после казни брата, Чернышевский стал его первой идейной любовью, он ставил его как философа на один уровень с Энгельсом.

В 1953 году стало ясно, почему Валентинов так редко печатается в журналах. Оказывается, он почти 50 лет работал над книгой о Ленине. В этом году русское издательство имени Чехова его «Встречи с Лениным» опубликовало. Давний друг автора Ю. Денике отмечает его скромность: «В этой книге Вольский-Валентинов рассказывает о себе лишь столько, сколько необходимо, чтобы понять обстоятельства и атмосферу его многочисленных разговоров с Лениным. Эти разговоры дали столько материала, что автору без малейшей натяжки удалось, пользуясь ими, написать очень содержательную и исключительно интересную книгу... Читая книгу Валентинова, я изумлялся точности воспроизведения им ленинских разговоров. Мне казалось, что я слышу Ленина. В передаче Валентинова говорит подлинный, живой Ленин, и это решает вопрос о ценности его свидетельства»¹⁵. Денике замечает, что Вольский приехал в Женеву убежденным «ленинцем», но услышанное в спорах с ним оттолкнуло его и лично от Ленина, и от «ленинизма», и от большевизма. «Но острота разочарования не вызвала у автора тенденции изображать личность Ленина одной краской. Он не опускает и штрихов, не лишенных известной привлекательности. Это не делает фигуры Ленина в целом менее отталкивающей, но позволяет воспринимать его как живого человека»¹⁶.

¹⁴ Там же. — С. 293.

¹⁵ Денике Ю. Н. Валентинов. Встречи с Лениным // Новый журнал. — 1954. — № 34. — С. 314.

¹⁶ Там же. — С. 315.

После выхода книги в свет валентиновская «Лениниана» стала достоянием читателей «Нового журнала». Там постоянно стали появляться его статьи о том или ином периоде в жизни Ленина: «Ранние годы Ленина» (№ 36); «Ленин в Симбирске» (№ 38); «Выдумки о ранней революционности Ленина» (№ 39); «Превращение В.Ульянова в Ленина» (№ 41); «Встреча Ленина с марксизмом» (№ 53); «О предках Ленина и его биографиях» (№ 61); «Ленин в Казани» (№ 80); «Ленинец раньше Ленина» (№ 81). Во всех этих статьях он показывает, как вольно обращаются с фактами советские биографы вождя. Двоюродный брат Ленина Н. Веретенников пишет, что их общий дедушка жил в деревне Кокушкино и лечил крестьян. Крупская поясняет: Бланк был крупным врачом-хирургом и, проработав 20 лет на медицинском поприще, купил домик в деревне. Профессор Б. Волин поправляет: «Кокушкино не домик, а небольшое имение, хуторок». У читателя невольно возникает вопрос, как в «хуторке» размещались летом пять дочерей Бланка с многочисленными семьями? Оказывается, за основным домом был пристроен двухэтажный гостевой. Землю сдавали в аренду, в имении было большое хозяйство. До 1898 года оно кормило семью. Биографам Ленина было угодно поселить его в «пролетарской части Симбирска». Откуда в Симбирске пролетариат? — удивляется Валентинов, — если там в то время не только ни одного завода, так даже железнодорожной станции не было, и со ссылкой на достоверные источники поясняет, что дом стоял рядом с другими домами местных дворян: «жилище удобное, поместительное, хорошо обставленное». Опровергает Валентинов и миф о ранней революционности Ленина. Оказывается, отец Ленина, человек консервативного миропонимания, враг террора, восторженный поклонник Александра Второго, никакого революционного воспитания детям не давал. Как руководитель губернского просвещения он выписывал и читал «Современник», но никакого влияния Чернышевского и Добролюбова не испытывал. Из «революционных» песен пел только «Колыбельную Еремушке», да и то перестал после покушения Засулич на Трепова. Он был глубоко верующим человеком и регулярно водил всех своих детей в церковь. Каждый эпизод «Ленинианы» подтверждается ссылками на авторитеты, например, слова Анны Елизаровой-Ульяновой о том, что средний брат в книги Александра «не заглядывал, даже в руки не брал. Это его совсем не интересовало»¹⁷, — дается со ссылкой на ее статью в журнале «Пролетарская революция» за 1927 год с указанием номера и страницы. В то время родственники вождя еще могли себе позволить откровенные высказывания.

Таким образом, Н. Валентинов закрепился в представлении читателей «Нового журнала» как автор одной темы, хотя он писал и о своих встречах с

¹⁷ Валентинов Н. Выдумки о ранней революционности Ленина // Новый журнал. — 1954. — № 39. — С. 221.

Плехановым, Савинковым, Горьким, Андреем Белым. Приходилось ему выступать на страницах журнала и с экономическими обзорами, но для этой цели у него был другой псевдоним — Е. Юрьевский. В рецензии на книгу И.В. Сталина «Экономические проблемы социализма в СССР» он не без язвительности писал, что «великий вождь» якобы открыл основной закон современного капитализма и социализма. В статье «О «великих стройках» и «преобразовании природы» автор весьма красноречиво берет рассматриваемые термины в кавычки, как бы сразу выражая сомнение в разрешимости поставленных задач. Его сомнения были обоснованы. Вспоминая организацию военной индустрии в стране, насильственную коллективизацию деревни и другие широко разрекламированные правительственные акции, Е. Юрьевский с сожалением замечает, что «с 1929 года одна за другой разворачиваются «исторические кампании». Перевертывается весь экономический уклад. Перебрасывается, выбрасывается, наизнанку вывертывается человек»¹⁸.

Свобода и культура личности были основными темами публикаций историка, философа и литературоведа **Георгия Федотова**. С 1925 по 1940 год он жил в Париже, преподавал в богословском институте историю религии и латынь, писал книгу «Святые древней Руси» и параллельно сотрудничал в «Новом граде», «Пути» и «Современных записках». После вступления нацистов на территорию Франции он переехал в США и начал сотрудничать с «Новым журналом». Федотов прекрасно знал мировую культуру, и в развернутой аргументации его статей соседствуют примеры из итальянского Ренессанса и русского авангарда, анализируются картины Босха и скульптуры Гольбейна, стихи Бодлера и романы Достоевского. В этом отношении особенно характерна статья «Христианская трагедия», в начале которой приводится довольно выразительная и необычная параллель: «Почти одновременно в середине девятнадцатого века протестантизм, католичество и православие дали трех гениев, которыми ныне живет христианство: Киркегарда, Бодлера и Достоевского»¹⁹. Автор ставит перед читателем вопросы: почему мы утратили философское наследие Достоевского? Не потому ли, что в 90-х годах и декадентство, и марксизм, и «новое религиозное сознание» были одинаково враждебны этике? «Но без остроты этической проблематики не может быть трагедии. Это страшный ущерб русской души, который сказался, конечно, не на одной трагедии. И религия, и политика сейчас страдают от него, и, вдумываясь в смысл нашей не литературной, а политической трагедии, мы приходим к тому же роковому перелому: 90-е годы»²⁰. И снова выстраиваются в ряд кар-

¹⁸ Юрьевский Е. О «великих стройках» и «преобразовании природы» // Новый журнал. — 1952. — № 29. — С. 256.

¹⁹ Федотов Г.П. Христианская трагедия // Новый журнал. — 1950. — № 23. — С. 135.

²⁰ Федотов Г.П. Христианская трагедия // Новый журнал. — 1950. — № 23. — С. 137-138.

тины художников: «Христос» Грюневальда, «Христос-утопленник» Гольбейна, картины ада Иеронима Босха. Называя их пограничными вехами христианской трагедии, Федотов ставит вопрос: христианское ли это искусство? Почему и в христианском, и в светском искусстве отрицается сама идея красоты, особенно красоты человека и мира? Он объясняет, что ему, как истинному ценителю прекрасного в искусстве, жалко даже не отвергаемых конкретных классических образцов, а погибающего мира человеческой души, отторгнутой от духа и тела. В этом разрыве между душой и телом Федотов видит и вину церкви, которая со времен Ренессанса выпустила из рук руководство культурой народа, отсюда и раздвоение между душой и духом, падение нравственности, деградация культуры.

В годы Второй мировой войны Федотов много пишет о России. Об этом говорят даже названия статей: «Тяжба о России», «Загадки России», «Россия и свобода». В статье «Россия и свобода» Федотов прослеживает отношение к этой философской категории со времен Киевской Руси и делает вывод, что свобода всегда приходила в Россию с Запада вместе с культурой, с наукой, с новым бытом, — и при этом в двух формах: в виде фактического закрепощения быта и в виде политического освободительного движения. Ни то, ни другое не дошло до простого народа. Народ как бы и не нуждался в свободе, даже боялся ее, видя в самодержавии лучшую защиту от притеснения господ. Отсюда автор делает вывод, что «освобождение крестьян, само по себе, не решило вопроса, ибо миллионы безграмотных, живущих в средневековом быте граждан не могли строить новую европеизированную Россию»²¹.

Создавая на основе произведений «условной, заказной» советской литературы собирательный образ русского человека середины XX века, Федотов находит среди множества его отрицательных черт (живет по указке и заданию, не любит думать и сомневаться, предан власти, довольно черств к страданиям ближнего) и положительные качества: цельность, уважение к опыту и знаниям, патриотизм, любовь к своей семье. Эти качества очень важны, поскольку направлены на самоусовершенствование, на утверждение личности, но их не достаточно для самостоятельного освобождения от тоталитаризма. Значит, солнце свободы должно проникнуть в Россию с Запада? В конце Второй мировой войны положительный ответ на этот вопрос давали многие русские эмигранты. Федотов в это не верил. Он считал, что «влияние России на Западный мир — Европу и Америку — во много раз сильнее возможного влияния Запада на Россию»²². Так и случилось. В 1946 году в статье «Между двух войн» Федотов отмечает, что победа в войне не принесла миру ожидаемой радости. Атомная бомба, сброшенная на Хиросиму, окончательно рас-

²¹ Федотов Г.П. Россия и свобода // Новый журнал. — 1945. — № 10. — С. 204.

²² Федотов Г.П. Запад и СССР // Новый журнал. — 1945. — № 11. — С. 205.

колола мир на два лагеря, из которых один, демократический, «болен безволием», а противоположный «полон кипучей энергии». Убивая критический разум и нравственное чувство, он культивирует волю — согласную, покорную, но все же волю. Воля без разума и совести — ужасная и злая сила. Но разум и совесть без воли не намного лучше, — считает Федотов. Он не рекомендует демократии учиться патриотизму у тоталитарных режимов, патриотизм может переродиться в национализм, а это качество разъединяет людей. Как отмечали современники, Федотов отрицательно относился ко всем формам национализма. И в религии, и в политике Георгий Петрович чувствовал себя космополитом: членом вселенской церкви и гражданином мира, но судьба России волновала его. Стоит отметить, что Федотов был необычайно прозорлив. Более чем за сорок лет он предсказал сценарий конца СССР: «Пока русский народ будет сводить счеты со своими палачами, в общем неизбежном хаосе большинство национальностей, как в 1917 году, потребуют реализации своего конституционного права на отделение»²³. Не утратило злободневности и утверждение почти семидесятилетней давности о том, что, если Европа оттолкнет Россию, она выберет евразийский путь, и тогда Европа «станет окраиной материковой Евразийской империи»²⁴.

Контент-анализ «Нового журнала» за десять послевоенных лет показал, что 14 процентов его политической публицистики посвящено проблемам советской литературы. Эта цифра будет намного больше, если обратить внимание на материалы чисто литературные, но при их внимательном рассмотрении окажется, что и они не обходят стороной политические проблемы. Отношение русских людей к культурному наследию прошлого, литература и жизнь, литература и будущее нации — вот проблемы, которые волновали литературных критиков «Нового журнала». Наиболее активным автором среди них была **Вера Шварц** (псевдоним **В. Александрова**). Ее имя появилось на страницах журнала сразу после его открытия. От нее ждали литературных обзоров «По советским журналам». Обзоры были, но почти всегда — тематические: «Проблемы свободы в советской литературе», «Первая военная зима в России», «Командиры Красной Армии», «Современность в зеркале исторического романа», «Театр во время войны», «Встреча с Европой», «Белинский и наша современность» и т.п. Ожиданиям изменений в жизни Родины после Второй мировой войны сопутствовало пристальное внимание ко всем происходящим там процессам. Приветствовалось усиление русского патриотизма, повышенный интерес к истории народа, правдивость описания его военных тягот. Это было особенно заметно в первые месяцы войны, потом, как заметила в одном из обзоров В. Александрова, «первоначальный заряд цельного

²³ Федотов Г.П. Судьба империй // Новый журнал. — 1947. — № 16. — С. 162.

²⁴ Федотов Г.П. Загадки России // Новый журнал. — 1943. — № 5. — С. 170.

народного патриотизма» начал спадать, его отражали в своих произведениях лишь немногие писатели, большинство же пользовалось «патриотической настроенностью как готовой формой, исподволь наполняя ее другим содержанием»²⁵. Автор обзора находит для изображения этого процесса такой образ: «Бывает, поднимется далеко в океане высокая гряда волны и мчится, закиная пеной, вот-вот налетит, подомнет, сокрушит. И вдруг что-то — ветер ли, встречное ли течение — подсечет внутреннюю силу разбега и, домчавшись до берега, строптивая водяная гряда разольется по нему тихой, присмирившей струей»²⁶. Однако В. Александрова не считает, что среди литературных новинок нет интересных, запоминающихся произведений. Таковыми она считает «Студеное море» Ю. Германа, «Два капитана» В. Каверина, «Свиданье с Ленинградом» К. Федина. Александрова внимательно всматривалась не только в зигзаги и повороты литературного процесса, отражающие какие-то внутренние и не всегда ей понятные причины. Ее интересовали и герои произведений о России военной поры, особенно даже не главные герои, а персонажи «литературной обочины», которым иногда удавалось выразить мысли, отличные от высказываний «положительных» героев. Александрова находила таких персонажей едва ли не в каждом произведении. Она назвала их несколько позже «несогласными гражданами». Первый «несогласный гражданин» появился в ее копилке в 1944 году при анализе повести Л. Леонова «Ленушка», опубликованной в «Новом мире». В. Александрова отметила, что пьеса обозначена автором как «народная трагедия», и согласилась, что «трагический элемент в ней несомненен, хотя он и не там, где на него указывает писатель. Трагизм не в том, что умирает раненый командир танка Темников, с которым познакомилась и которого успела полюбить Ленушка, пробираясь в село повидаться с родителями, а во всей обстановке разорения и обнищания деревни, за которой чувствуешь разорение огромной страны. На этом фоне как-то острее воспринимаешь старый конфликт между крестьянством и властью, который развернут в поведении «кулака» Степана Дракина. В рассказах первого года такие писатели, как А. Толстой, В. Ильенков и др., показывали, что под влиянием войны крестьяне решили «закрыть свой счет» против власти, а Леонов теперь опровергает это»²⁷.

В 1952 году В. Александрова снова возвращается к теме «несогласных граждан» (термин был пущен ею в обиход в 1949 году). В обзоре журналов за предыдущий год она так изображает общую картину новейшей российской литературы: «В пространных произведениях — «на большом полотне» — живет

²⁵ Александрова В. По советским журналам // Новый журнал. — 1944. — № 9. — С. 24.

²⁶ Там же.

²⁷ Александрова В. Обзор советских журналов за 1943 год // Новый журнал. — 1944. — № 7. — С. 357.

тщательно отобранный контингент «героев», живут они хотя и напряженно, но какой-то вымышленной и внутренне серой жизнью, а за пределами этого большого полотна сбились в кучу рядовые люди со своей трудной жизнью, до которых никому нет дела и которых не замечают те, кто, захлебываясь от восторга, твердят о «величии нашей эпохи»²⁸.

Особенно раздражает критика советская поэзия, авторы которой даже не от имени героев, а от первого лица «твердят о величии эпохи». С большим сарказмом пересказывает Александрова цикл стихов Н. Грибачева «Кавказ предо мною»: «Путевку в дом отдыха на Кавказ поэт использовал с большой дальновидностью: сначала пошел пешком в коммунистическую Мекку — в Гори, «на родину далекого отца», чтобы самолично «увидеть далекое утро, где начинается век». Затем он посетил колхоз, устроивший пир в честь делегации «индийских гостей». Пиршество происходило в саду, столы ломились «от тяжелой снеди» и вин. «Пять индийских поселений / За целый год / Навряд бы оплатить сумели / Такой расход». Впрочем — долой хозрасчет — «поскольку тут живут и трудятся с почетом и с шуткой пьют». Пребывание на Кавказе Грибачев завершил экскурсией на вершины гор, откуда он разглядел очертания берегов Турции. Но как ни напрягал поэт своего зрения, ему так и не удалось увидеть там «ее жандармов, ее голодных и больных», не удалось увидеть, «как янки плоют в Босфор, ведут по пьянке чужих невест в публичный дом»²⁹.

Ссылаясь на статью А. Твардовского в «Литературной газете» (11.09.51), Александрова отмечает, что эта политическая поэзия порядком приелась даже узкому кругу советских поэтов: они находят во всех зарубежных циклах «однообразие и похожесть» и признают, что отечественная тема на поверку оказывается потрудней, поэтому послевоенная проблематика в поэзии отражается слабо. Критик делится с читателями впечатлением, что человеку с войны не дают высказаться, обвиняя в пристрастии к ненужному натурализму, поэтому писатели вынуждены писать «о первых пятилетках». Помянув добрым словом ушедших — Бажова, Вишневого, Павленко, Платонова — Александрова отмечает «заговор молчания их сверстников». Она понимает, что одни молчат поневоле, лишённые слова при «чистке» 1946 года (Зоценко, Пастернак), но «хранят молчание и «благополучные» Всеволод Иванов, Михаил Шолохов, Александр Фадеев, упорствуют в молчании Ю. Олеша, Л. Леонов, а ведь простой перечень их имен уже воскрешает наиболее яркие страницы советской литературы конца 20-х годов»³⁰.

Из этого наблюдения автор делает вывод, что наступает какой-то новый период литературного развития, Это подтвердилось очень скоро: молодым лей-

²⁸ Александрова В. Советские журналы за 1951 год // Новый журнал. — 1952. — № 28. — С. 151.

²⁹ Александрова В. Советские журналы за 1951 год // Новый журнал. — 1952. — № 28. — С. 152-153.

³⁰ Там же. — С. 151.

тенантам вскоре представилась возможность поведать миру их «окопную правду», появился интерес к современной теме у романистов, начали возвращаться из небытия произведения репрессированных писателей, появились молодые поэты-шестидесятники, которым был неведом страх трагического 1937 года.

Мы назвали только пять имен талантливых журналистов русского зарубежья, а можно было назвать гораздо больше. Это и Федор Степун, которого Горький назвал «одним из той «стаи славных», настоящих московских русских интеллигентов и земли русской праведников»³¹, и талантливый публицист Николай Тимашев, наверное, как никто другой болевший за Россию, и выдающиеся художественные критики Сергей Маковский и Александр Трубников, и эмигранты второй волны — автор острых поэтических фельетонов в «Новом Русском Слове» Иван Елагин и геройски прошедший Великую Отечественную войну Михаил Коряков, честно рассказавший о ней читателям. Интереснейшие страницы человеческих судеб, уникальные наблюдения и находки, нашедшие отражение в творчестве русских журналистов зарубежья, должны быть известны тем, кто готовится стать журналистом сегодня.

Лебедева Татьяна Васильевна, доктор филологических наук, профессор факультета журналистики Воронежского государственного университета.

³¹ Горький А.М. — В.Ф.Ходасевичу // Новый журнал. — 1952. — № 30. — С. 193.

Цензурный режим и система русской периодической печати в эпоху великих реформ Александра II

«Оттепель»: ожидания и надежды журналистики

«Оттепель» в начале царствования Александра II характеризуется, с одной стороны, пробуждением активности различных направлений общественной мысли. Наряду с проектами отмены крепостного права, преобразования суда и т.д., представители всех идейно-политических течений выдвигают на первый план лозунг гласности, свободы печати. Данное требование сопровождается невиданным ранее распространением рукописной литературы, произведений герценовской Вольной русской типографии, иных неподцензурных изданий. С другой стороны, верховная власть не может обойтись без опоры на общественное мнение и осознает необходимость смягчения цензурного режима. Эта задача решается в непреходящем противоречии между исторически сложившимися притязаниями самодержавия на доминирование в сфере мысли и слова и объективными потребностями в новом порядке движения социальной информации.

В 1855 г. знаковым событием становится назначение князя П.А. Вяземского (1792-1878) товарищем министра народного просвещения и руководителем цензурного ведомства. Примечательна, конечно, сама личность известного поэта и публициста, вольнодумца эпохи Александра I. Но главное то, что либеральный консерватор Вяземский вступает в должность, имея давно выношенную им программу обновления цензурной политики. План, изложенный Вяземским еще в 1848 г. в записке на имя наследника престола Александра Николаевича, заключается в пересмотре цензурного законодательства, обновлении цензорского корпуса, ограничении ведомственной множественности надзора, расширении пределов гласности в соответствии с видами правительства¹.

Призвав Вяземского на высокий государственный пост, Александр II дает ему возможность реализовать названную программу, которая ложится в основу действий правительства в период подготовки к цензурной реформе. Однако перемены здесь идут рука об руку с рецидивами прежних порядков. Параллельно с упразднением Негласного комитета 2 апреля 1848 г., увольнением наиболее одиозных цензоров, разрешением на выпуск многих новых общественно-политических газет и журналов в 1855—1858 гг. под давлением консервативных сановников принимается ряд ограничительных постановлений в отношении печати.

¹ РГИА, ф. 772, оп. 1, д. 2097, л. 8-15.

«Прогрессивная партия» в главном управлении цензуры

П.А. Вяземский и его сторонники в составе «прогрессивной партии» (министр народного просвещения А.С. Норов, главноуправляющий II Отделением граф Д.Н. Блудов, попечители С.-Петербургского, Московского, Одесского, Киевского учебных округов князь Г.А. Щербатов, В.И. Назимов, Н.И. Пирогов, Н.Р. Ребиндер и др.) добивались большей снисходительности в практике надзора и показывали здесь личный пример. Благодаря этому в печать проходят многие сочинения, считавшиеся ранее недопустимыми. Во-вторых, они покровительствуют учреждению новых изданий. В-третьих, Вяземский и его союзники разрабатывают, обосновывают и распространяют в правительственных и общественных кругах идею раскрепощения печати.

В марте 1857 г. Вяземский подает царю «Обозрение современной литературы», ставшее широко известным в публике. Он убеждает государя в необходимости и полезности благоразумной и прозорливой, а не мелочной и придирчивой цензуры. Пользуясь случаем, князь напоминает императору о важном пункте своей программы — уяснить и упростить действия надзора, сделать изменения и дополнения к уставу 1828 г. Александр II идет даже дальше высказанного пожелания и повелевает безотлагательно заняться составлением нового цензурного закона.

В стремлении к расширению спектра обсуждаемых государственных вопросов пресса обгоняет реформаторские намерения правительства. В газетах и журналах появляются статьи о гласном судопроизводстве, неблагополучии в помещичьей деревне, недостатках в сфере денежного обращения, железнодорожном строительстве, военных учебных заведениях и т.д. Задетые критикой ведомств сановники, пользуясь близостью к царю, требуют, чтобы Вяземский и Норов остановили поток обличительных публикаций. Под нажимом сверху издается ряд запретительных циркуляров. Реакция обиженных министров есть следствие глубоко укоренившегося в их сознании представления о том, что назначенный монархом начальник является одновременно хозяином мыслей и мнений о вверенном ему ведомстве. Отсюда и множественность цензур, узкий коридор гласности. Вяземский и Норов порой вынуждены уступать в борьбе за некоторое расширение границ для выражения мнений и поэтому подвергаются резким, не всегда заслуженным порицаниям со стороны либеральных литераторов.

Особенно остро вопрос о пределах дозволенного для освещения в печати встает в связи с разворачивающейся крестьянской реформой. Обнародование в ноябре—декабре 1857 г. рескриптов Александра II о ее «главных началах» и создании губернских дворянских комитетов для разработки проектов раскрепощения крестьянства само по себе есть первая ласточка гласности. Однако ситуация требует большей определенности как для органов надзора, так и для прессы. 16 января 1858 г. Норов выступает в Совете министров с докладом, подготовлен-

ным Вяземским. Это еще одна попытка убедить верховную власть в «необходимости действовать по цензуре в смягчительном духе»². В тот же день император утверждает правила пропуска к напечатанию материалов, «относящихся до принятого ныне освобождения крепостного состояния». Разрешается публиковать только «статьи, чисто ученые, теоретические, исторические и статистические». Запрещается «разбирать, обсуждать и критиковать распоряжения правительства по этому делу», рассказывать о событиях, «могущих возбуждать крестьян противу помещиков». В силу очевидности перспектив других преобразований 25 января 1858 г. названные правила распространяются в целом на произведения о государственной и общественной жизни³. Мера открытости подготовки реформ, таким образом, ограничивается теоретико-историческими сочинениями. Это максимум того, что удалось добиться «прогрессивной партии».

В марте 1858 г. Вяземский и Норов уходят в отставку, которую с одобрением встречают как ретрограды из официальных кругов, нападающие на «попустительство» цензуры, так и либеральные литераторы, недовольные тем, что якобы слишком мало делается для смягчения надзорных строгостей. Такое совпадение оценок симптоматично и еще раз указывает на сложность, особый характер перемен, касающихся гласности.

Верховная власть не может ни сохранить старый надзорный порядок, ни согласиться сразу на радикальные требования отмены цензуры. Компромиссный, либерально-консервативный проект П.А. Вяземского становится, пожалуй, единственным практически подходящим для постепенного перехода от николаевского «цензурного террора» к первым просветам гласности. За три года программа Вяземского выполняется в значительной своей части. Обновляется цензорский корпус и начинается работа по пересмотру устава 1828 г. Выдаются разрешения на издание около 60 новых журналов и газет. Начинается расширение круга социально значимых тем и обсуждение в печати вопросов предстоящих реформ. На долю Вяземского и его сторонников из «прогрессивной партии Главного управления цензуры» выпадает задача первой расчистки поля для будущих преобразований. Без сделанного ими были бы невозможны дальнейшие шаги к цензурной реформе.

Царское правительство в поиске средств и методов регулирования гласности

Интересно проследить, как схватки на верху государственной пирамиды, подогреваемые кипением страстей в губернских дворянских комитетах, отражаются на отношениях власти и прессы. Двери гласности несколько приоткры-

² Никитенко А.В. Записки и дневник : В 3 т. / А.В. Никитенко. — Т. 2. — М., 2005. — С. 53.

³ См.: Сборник постановлений и распоряжений по цензуре с 1720 по 1862 год. — СПб., 1862. — С. 422-425.

ваются после опубликования императорских рескриптов и посвященных им повелений по цензуре. Журналистика подключается прежде всего к спорам о выкупе помещичьих земель, размерах крестьянских угодий, вотчинной полиции и т.д. Печати трудно вести только сугубо академический разговор о глубинном социальном преобразовании. Январские правила 1858 г. сразу оказываются узкими, и периодика то и дело выходит за их рамки. У власти есть пока лишь один способ регламентации содержания прессы — усиление предварительной цензуры. Во-первых, увеличивается количество ее инстанций. Сочинения о преобразованиях последовательно подвергаются проверке чиновниками Министерства народного просвещения, доверенными цензорами от ведомств, затем в МВД и, наконец, в самом Главном комитете по крестьянскому делу. Во-вторых, невиданно растет поток оперативных циркуляров. Мы насчитываем более 30 распоряжений 1858-1861 гг. с указаниями на промахи цензоров и нарушения газетами и журналами официальных предписаний. Недостаток цензуры и своеволие журналистики усматриваются в том, что в свет выходят «такие статьи, кои могут волновать умы и помещиков, и крестьян, рассеивая между ними последние нелепые толки и суждения». Высшее начальство директивно запрещает критику «главных начал», изложенных в рескриптах, и требует от цензоров и литераторов «ни в коем случае не отступать от духа и смысла правил, указанных уже по сему предмету Его Императорским Величеством»⁴.

Вместе с тем под давлением обстоятельств в кругу высшей бюрократии меняется отношение к консультативной функции периодики. Многие министры все чаще признают ценность печатных выступлений. Председатель Редакционных комиссий Я.И. Ростовцев не только заботится об обеспечении членов комиссий материалами периодики, но и, «признавая полезным иметь в виду все мнения... по предмету устройства... крестьян», просит шефа жандармов князя В.А. Долгорукова «прислать вырезки относящихся к означенному предмету статей, помещенных в изданиях Герцена»⁵. Перемены в курсе реформы тоже подтверждают достоинства гласности в ее обсуждении. Когда в Главном комитете побеждают сторонники наделения бывших крепостных земель за выкуп, предоставления им прав свободных граждан, прекращения власти помещиков над личностью крестьянина, то соответственно разрешаются статьи на эти темы, которые ранее запрещались и лишь вопреки правилам проникали на страницы журналов и газет⁶.

Невысокая результативность «циркулярного» метода, неэффективность множества надзорных инстанций и растущее в обществе недовольство их деятельностью вновь актуализируют вопрос об усилении воздействия власти на журналистику. Александр II находит перспективным проект об организации,

⁴ Сборник постановлений и распоряжений по цензуре... С. 428-429.

⁵ ГА РФ, ф. 109, оп. 34, д. 78, л. 1-7.

по примеру прусского Bureau de la press, особого правительственного учреждения, уполномоченного направлять, вразумлять и стимулировать периодическую печать. Попытка «нравственного» влияния на прессу — это признаки ограниченных возможностей предварительной проверки сочинений и новый элемент в системе цензурного режима.

Bureau de la press и несостоявшееся «министерство цензуры»

Александр II, не отказываясь от самих принципов предварительного надзора, признает его неэффективность в силу, как он полагает, неосведомленности цензоров об истинных целях власти и неспособности имеющейся цензуры быть идейным руководителем прессы. Полагая необходимым «надстроить» цензурный аппарат за счет некоего авторитетного органа, монарх вместе с тем не теряет надежды обрести в журналистской среде сильных и надежных союзников. «Между литераторами найдутся и люди благонамеренные, которые направят умы к лучшему, — пишет император брату Константину. — Я знаю, что они существуют»⁷. Для упрочения отношений власти с растущей и крепнущей периодикой в конце 1858 г. организуется Негласный комитет по делам книгопечатания в составе генерал-адъютанта А.В. Адлерберга (председатель), управляющего III Отделением А.Е. Тимашева, товарища министра народного просвещения Н.А. Муханова и директора делопроизводства академика-цензора А.В. Никитенко. Совет министров определяет задачи Комитета: «Служить орудием правительства для подготовки умов, посредством журналистики, к предпринимаемым мерам... Направлять главные издания к общей государственной цели, поддерживая обсуждение общественных вопросов в видах правительства»⁸.

Распространяющиеся слухи о Bureau de la press будят у литераторов воспоминания о пресловутом Бутурлинском комитете 1848 г. Главное, что беспокоит деятелей печати, — опасность навязывания журналистике казенной точки зрения на происходящие события. Бюрократическая затея «нравственного влияния» на периодику встречает в прессе решительное сопротивление. Никитенко так и не удается создать под эгидой Комитета правительственную газету, привлечь к сотрудничеству видных мастеров пера. Журналисты не склонны видеть в царедворцах и сановниках своих духовных наставников, да и последние, перегруженные делами по службе, мало годятся на роль чутких и терпеливых воспитателей литераторов. Раздраженный обличительными выступлениями прессы, «бесцензурный» Комитет все чаще прибегает к тра-

⁶ РГИА, ф. 772, оп. 1, д. 4316, л. 33.

⁷ 1857-1861. Переписка Александра II с вел. кн. Константином Николаевичем. Дневники вел. кн. Константина Николаевича. — М., 1994. — С. 88.

⁸ РГИА, ф. 1282, оп. 1, д. 1185, л. 18.

диционным цензурным мерам. Показателен принятый по его настоянию суровый циркуляр 3 октября 1859 г. о борьбе с «вредными последствиями злоупотреблений печати». Кстати, и у цензоров прибавляется растерянности в связи с появлением нового «негласного» начальства. Наконец, после десяти месяцев бесплодных усилий члены русского Bureau de la press ходатайствуют перед императором об упразднении Комитета, поскольку он «оказался несоместимым с порядком вещей, где существует цензура предупредительная»⁹.

Тем временем Е.П. Ковалевский, назначенный министром народного просвещения после отставки А.С. Норова, продолжает начатую П.А. Вяземским работу и в мае 1859 г. завершает подготовку проекта нового цензурного устава. Его обсуждение в Государственном совете обнажает все ту же проблему упреждающего надзора, правила которого «никак не могут быть высказаны вполне в букве закона»¹⁰. Остается надеяться на бдительность цензоров или же переходить к иным формам управления периодикой. Признается за лучшее отсрочить окончательное рассмотрение проекта.

В ряду аппаратных перестроек знаменательна первая попытка отделить службу надзора от Министерства народного просвещения. По докладам Негласного комитета и Е.П. Ковалевского 12 ноября 1859 г. следует высочайшее повеление о создании особого учреждения во главе с бароном М.А. Корфом для исключительного заведования цензурой. Краткая история несостоявшегося «министерства цензуры» (Корф подает в отставку ровно через месяц) демонстрирует неготовность власти в данный момент решительно изменить организацию контроля. Намечающаяся централизация означает ликвидацию множества ведомственных цензур. Министры не желают расстаться с важными полномочиями в области печати, и под их влиянием Александр II решает сохранить пока прежний порядок надзора.

Перечисленные мероприятия, пусть и неудавшиеся, подталкивают власть к дальнейшим шагам в данном направлении. Тем более что продолжает расти поток взысканий цензорам и замечаний в адрес прессы за публикации по крестьянскому делу, о революционном движении в Европе, студенческих волнения и т.д. Становятся серьезной общественной силой более 180 учрежденных в 1855-1861 гг. новых газет и журналов. Их редакторы сетуют на недостаток гласности и административный произвол. Они подают в МВД «Коллективную записку русских литераторов» в защиту открытых, основанных на законности отношений между правительством и литературой. В 1861 г. уже четко обозначился круг назревших вопросов: отделение цензуры от Министерства народного просве-

⁹ Первоначальный проект устава о книгопечатании. — СПб., 1862. — С. 55-56.

¹⁰ Материалы, собранные особою комиссиею, высочайше утвержденною 2-го ноября 1869 г. для пересмотра действующих постановлений о цензуре и печати : В 5 ч. — Ч. 1. — СПб., 1870. — С. 254.

щения, прекращение ведомственных вмешательств в дела печати и главное — введение правовых начал в систему надзора, т.е. переход от предварительной цензуры к последующей, судебному преследованию проступков печати. Складываются предпосылки активизации подготовки цензурной реформы.

«Команда» реформы: программы и действия П.А. Валуева и А.В. Головнина в области печати

Александр II демонстрирует намерение сочетать два труднсовместимых подхода к прессе: не употреблять в отношении ее излишне стесняющих мер и в то же время решительно останавливать оппозиционные выступления. Между монархом и действительностью, подлежащей перестройке, стоят «команды» реформаторов, т.е. группы лиц, наиболее тесно причастных к конкретному преобразованию. Они исполняют волю самодержца, но не лишены и некоторой самостоятельности действий. «Команда» цензурной реформы имеет отличительные особенности, обусловленные противоречивым взглядом императора на политику надзора, а также тем, что к обсуждению стратегии и тактики преобразования привлекается сама журналистика, представляющая различные социальные силы. Центральные роли в этой «команде» играют министр внутренних дел П.А. Валуев (1815-1890) и министр народного просвещения А.В. Головнин (1821-1886). Особо выделяются «линия Валуева» и «линия Головнина» в реформе.

П.А. Валуев, одаренный и гибкий политик, стремящийся избежать крайностей, возглавляет МВД с апреля 1861 по март 1868 г. Ему присуще глубокое понимание значения прессы, которую, считает он, не нужно подавлять, но которой нужно умело руководить. Министр видит неизбежность цензурной трансформации и в ряде докладов Александру II обосновывает ее программу. План Валуева предусматривает узаконение такого порядка, когда не предварительная цензура, а сами литераторы во избежание гибели изданий вынуждены строго следить за содержанием своих статей, создание новых официальных печатных органов и официозов, поддержку умеренной прессы и поощрительно-сдерживающую политику в отношении периодики правого фланга¹¹.

Валуев учреждает при «Журнале Министерства внутренних дел» специальное приложение — «Летопись сельского благоустройства», затем организует министерскую газету «Северная почта» и негласно договаривается с литератором Н.Ф. Павловым о превращении его еженедельника «Наше время» в ежедневный официоз. Выполнение других пунктов плана Валуева требует, по сложившемуся укладу вещей, инициативы со стороны хозяина цензуры — Министерства народного просвещения. Этим министерством с декабря 1861 по апрель 1866 г. руководит А.В. Головнин, яркий представитель либеральной бюрократии, ближайший сотрудник главы «либеральной партии» вел. кн. Константина Николаевича.

¹¹ РГИА, ф. 1284, оп. 241, д. 29, л. 113-115 об.

Безусловно поддерживая передачу цензуры в МВД, Головнин убежден, что «всего бы полезнее вовсе отменить оную, заменив прямо взысканиями по суду». Но, применяясь к обстановке реформ, он допускает возможность переходного периода. При этом усиление наблюдения за политическими изданиями и газетами для народного чтения должно сопровождаться отменой ведомственной опеки прессы, привлечением на сторону власти «даровитых людей» из литературной среды, предоставлением льгот «ученой литературе». А журналистский радикализм и нигилизм, полагает Головнин, без репрессий изживут сами себя в атмосфере подлинного просвещения, когда идеи свободно опровергаются идеями¹². Замыслы двух министров частично совпадают. Главное расхождение заключается в том, что Валуев предусматривает административное вмешательство в дела печати, а Головнин видит в судебных разбирательствах единственное в будущем средство удержания журналистики в рамках обновленного закона. Головнин лично обращается к известным литераторам и опытным цензорам с просьбой письменно изложить соображения о предстоящей реформе. Лейтмотив оперативно изданных «Мнений разных лиц о преобразовании цензуры» — назревшая потребность перестройки предварительной и упразднение ведомственных цензур, установление правовой ответственности прессы.

В марте 1862 г. по докладу Головнина Александр II утверждает комиссию под председательством статс-секретаря князя Д.А. Оболенского «для пересмотра, изменения и дополнения всех вообще постановлений по делам книгопечатания». В газетном сообщении об этом министр официально предлагает журналистам публиковать суждения по проблемам гласности и свободы слова. Высочайшим указом упраздняется Главное управление цензуры. Надзорные обязанности распределяются между министерствами народного просвещения и внутренних дел: цензоры МНП проверяют сочинение до напечатания, а чиновники МВД перепроверяют уже вышедшие в свет издания, т.е. контролируют предварительную цензуру.

Цензурное «двоевластие», Временные правила 1862 года и первый правительственный проект преобразования цензуры

Большое значение имел внутривластный фактор этапа ранней и особенно острой реакции общества на переворот 19 февраля 1861 г. Тревогу правительства вызывают декларации некоторых дворянских собраний с конституционными требованиями, студенческие беспорядки в университетах, активизация подпольных радикальных организаций, распространение революционных прокламаций, пожары в Петербурге, Саратове, Симбирске, волнения в Польше и

¹² Головнин А.В. Записки для немногих / А.В. Головнин. — СПб., 2004. — С. 227-230; РГИА, ф. 772, оп. 1, д. 5861, л. 1-10.

т.д. Сведения о кризисных событиях попадают на страницы газет и журналов. Все это побуждает власть искать опору в прессе и тут же порождает в верхах сомнения по поводу либерализации цензурного режима. Соглашаясь на преобразование, Александр II одновременно требует «обуздать печать».

В условиях цензурного «двоевластия» между двумя министерствами идет интенсивная и утомительная переписка. Головнин то соглашается с претензиями Валуева и издает соответствующие циркуляры, то спорит с ним и пытается защитить прессу. Валуев же, занимаясь в принципе последующим надзором, словно бы приучает журналистов к будущему карательному порядку, ответственности за обнародованное слово.

В системе текущего законодательства важное место занимают Временные правила, составленные Головниным, обсужденные и дополненные в Совете министров и утвержденные императором 12 мая 1862 г. Их называют переходным мостиком к цензурной реформе. Так, впервые вводятся в пространство гласности предметы государственного управления. Из огромной массы циркуляров, накопившихся с 1828 г., остаются действующими только 22 постановления. Но по настоянию Валуева в правила входит пункт о праве министров внутренних дел и народного просвещения ограничивать тематику журналов и газет «вредного направления» и прекращать подобные издания на срок до 8 месяцев¹³. Появление правил совпадает с пиком внутривластной напряженности, и, опираясь на них, власть «законно» приостанавливает демократические журналы «Современник», «Русское слово», славянофильскую газету «День», закрывает отдел «Нам пишут» в сатирической «Искре»...

Журналистика — от демократического «Современника» до консервативной «Вести» — активно откликается на приглашение Головнина высказаться в связи с разработкой нового цензурного устава. Большинство деятелей прессы выступает за отмену предварительной цензуры и учреждение суда присяжных по делам печати, надеется, что их голос будет услышан в комиссии князя Оболенского.

«Всякий закон о прессе есть закон политический, а потому необходимость и значение той или другой системы этих законов вполне подчиняется обстоятельствам времени»¹⁴, — эти слова Д.А. Оболенского служат ключом к пониманию сути подготовленного 500-страничного проекта. Влияние названных выше кризисных событий, требование императора не ослаблять надзор за прессой, несовпадающие установки Головнина и Валуева обуславливают контаминационный характер проекта, объединяющего принципы предварительной и карательной цензуры. Валуев удовлетворен проектом, а Головнин решительно выступает против административного преследования прессы. Он спешит отмежеваться от проекта, окончательно освободить свое ми-

¹³ Сборник постановлений и распоряжений по цензуре... С. 469-470.

нистерство от непопулярных полицейских обязанностей в литературе. 10 января 1863 г. Головин в Совете министров настаивает на немедленной передаче цензуры в МВД, доработке там проекта устава. Все это Александр II повелевает «исполнить согласно заключению министра народного просвещения»¹⁵. Так заканчивается 60-летнее пребывание цензуры в структуре МНП. В 1862 г. рассматриваемая реформа переходит в практическую плоскость. Причем верх берет более консервативная «линия Валуева», предусматривающая лишь ограниченное введение правовых элементов в цензурный режим.

Руководящая роль МВД в надзоре за журналистикой и осуществление цензурной реформы

Важно проанализировать причины усиления охранительной функции надзора, взаимосвязи цензурной и других реформ в условиях свертывания преобразовательного курса Александра II.

Валуев с удовлетворением принял на себя все цензурные полномочия. Он считал, что это ведомство «может и даже должно быть средством влияния и элементом власти»¹⁶. В глазах общественного мнения министр хотел бы выглядеть долготерпеливым опекуном журналистики и настойчиво рекомендует чиновникам чаще встречаться с редакторами, внушать им полезность благонамеренного изложения мыслей в пределах дозволенных тем и недопустимость критики основных начал государственного устройства.

Новый руководитель цензуры не отказывается от традиции издания методических циркуляров. Предписания напоминают цензорам, что, требуя от прессы «приличия в тоне», они обязаны обличительных выступлений допускать «менее и менее, если не будут рядом... помещены другие статьи в противоположном духе». Министр расширяет свои запретительные права. В мае 1863 г. он получает возможность по личному усмотрению запрещать редакциям публикацию частных объявлений. За несоблюдение правил приостановкой наказываются либеральный «Воронежский листок» и газета олигархической оппозиции «Весть», а «почвеннический» журнал «Время», близкие к демократическому направлению «Современное слово» и «Народная летопись» по инициативе МВД окончательно прекращаются.

В центре внимания Валуева находятся работа второй комиссии князя Д.А. Оболенского и судьба разработанного ею устава. Его предназначение видится министру в «необходимости вооружить правительственную власть теми предохранительными, оборонительными и репрессивными средствами, кото-

¹⁴ Материалы, собранные особою комиссиею... Ч. 1. — С. 41.

¹⁵ Всеподданнейший доклад министра народного просвещения по проекту устава о книгопечатании 10 января 1863 года. — СПб., 1863. — С. 5, 7-8.

¹⁶ Дневник П.А. Валуева, министра внутренних дел : В 2 т. — Т. 1. — М., 1961. — С. 346.

рых она уже не находила в прежних цензурных узаконениях»¹⁷. Вторая комиссия идет по стопам первой и опирается на принцип сосуществования предварительной и карательной цензур.

В судьбе проектов цензурных уставов имеет место закономерность: поначалу власть инициирует пересмотр закона 1828 г., а затем не решается от него отказаться. Иного и не может быть при полном или частичном сохранении предварительной цензуры. То же происходит и при окончательном обсуждении проекта в Государственном совете, постановляющем все-таки не отменять устав 1828 г., а дополнить его теми действительно новыми положениями, которые предлагает комиссия Оболенского. Александр II подписывает указ «О даровании некоторых облегчений и удобств отечественной печати» и утверждает Мнение Государственного совета «О некоторых переменах и дополнениях в действующих ныне цензурных постановлениях». Это и есть закон 6 апреля 1865 г., заключительный документ реформы. В качестве переходных мер, «до дальнейших указаний опыта» он безусловно освобождает от предварительной цензуры все правительственные, академические, учебно-технические, учебно-хозяйственные органы печати, а также, по заявлению редакторов, столичные газеты и журналы. Юрисдикции судов подлежат проступки этих изданий, но одновременно на них распространяются административные взыскания. На прежних основаниях остаются духовная и иностранная цензуры, надзор за сатирическими журналами и провинциальной периодикой¹⁸. Таков итог реформы, но это далеко не окончание преобразований в цензурном режиме.

Характерные черты нового цензурного режима и усиление административного воздействия на прессу

Отмена предварительной цензуры и введение судебной юрисдикции являются собой самую важную перемену в жизнедеятельности значительной части корпуса периодики. Но в сочетании с сохранением упреждающего надзора для другой ее части и комплексом административных мер все это порождает непривычные и непростые условия выпуска газет и журналов.

Валуев, плодовитый автор циркуляров, дает многочисленные инструкции своим чиновникам о налаживании отношений с судебными инстанциями и организации предварительно-карательного надзора таким образом, «чтобы пресса не выходила из круга деятельности, предоставленного ей по закону в видах государственной, общественной и частной пользы»¹⁹. Начавшийся процесс противоречив. С одной стороны, безусловно, положительную роль играет, например, эмансипация быстро растущего отряда ака-

¹⁷ РГИА, ф. 908, оп. 1, д. 27, л. 75.

¹⁸ Сборник постановлений и распоряжений по делам печати с 5 апреля 1865 г. по 1 августа 1868 г. — СПб., 1868. — С. 1-2.

¹⁹ Там же. — С. 72.

демических, учено-специальных журналов. С другой стороны, уже в августе 1865 г. выносятся первые предостережения — открывается эпоха административных взысканий.

Вектор эволюции цензурного режима определяют чрезвычайные внутриполитические обстоятельства. Покушение Каракозова на императора 4 апреля 1866 г. провоцирует правительственную реакцию, консервативно-охранительную переоценку курса реформ. Журналистика обвиняется в разрушении основ самодержавия, развращении молодого поколения. В цензурной политике усиливается влияние III Отделения, обозначается поворот к административно-репрессивным действиям. Вслед за запрещением «Современника» и «Русского слова» в 1866-1868 гг. приостанавливаются семь изданий, выносятся около 40 предостережений. Неудовлетворенная оправдательными или мягкими судебными приговорами по делам печати, власть изменяет закон и фактически исключает эти дела из компетенции окружных судов с участием присяжных заседателей.

Всподданнейшая записка Валуева «О положении дел печати» 8 февраля 1868 г. является итоговой и прощальной. Через месяц министр уходит в отставку и по сфере прессы завещает преемникам наращивать жесткость «не только в кругу административных распоряжений, но и в области законодательной»²⁰. При общей оценке «линии Валуева» в анализируемой реформе необходимо учитывать разнородные результаты. Все-таки была сокрушена тотальность предварительной цензуры и внедрены немаловажные элементы карательно-судебного надзора. Но вместе с тем узакониваются и множатся меры административного преследования периодики. Однако не следует забывать, что с момента перехода цензуры в ведение МВД до отставки Валуева отечественную прессу пополняют — с дозволения министра — почти 200 новых периодических изданий. Это один из самых высоких показателей роста в истории русской печати XIX в.

Цензурная политика правительства в последний период царствования Александра II

«Административный вектор» в практике управления прессой последовательно усиливается преемниками Валуева генералом А.Е. Тимашевым в 1868-1878 гг. и статс-секретарем Л.С. Маковым в 1878-1880 гг. Так, министр внутренних дел в дополнение к имеющимся средствам экономического давления на периодику получает право не разрешать розничную продажу «провинившихся» газет и журналов. 2 ноября 1869 г. Александр II поручает комиссии князя С.Н. Урусова пересмотреть постановления о цензуре, чтобы, «предоставляя отечественной печати всевозможные облегчения и удобства... вместе

²⁰ РГИА, ф. 908, оп. 1, д. 27, л. 92-93.

с тем вооружить как судебную, так и административную власть надлежащею силою для отвращения вредного влияния, могущего произойти от необузданности и неумеренности печатного слова»²¹. Заседания комиссии привлекают всеобщее внимание. Пресса, опасаясь ревизии закона 1865 г., высказывается в его защиту. Разнообразные пожелания поступают из ведомств. В частности, Синод предлагает преобразовать духовную цензуру по примеру светской. Комиссия за два года так и не решает задачу соединения в одном правовом акте облегчений для журналистики и вооружения правительства направленной против печати силой. А император требует неотложных мер. Ими становятся указ 6 июня 1872 г. о внесудебном аресте и уничтожении тиража «вредных» изданий и закон 16 июня 1873 г. о полномочиях главы МВД временно не допускать обсуждение в прессе каких-либо вопросов государственной важности. В 1872-1879 гг. газеты и журналы получают 101 предупреждение и 69 запрещений розничной продажи. 28 изданий приостанавливаются на разные сроки и 5 окончательно прекращаются. Увеличение количества наказаний обусловлено прежде всего кризисными событиями общественно-политической жизни, когда в главный фактор дестабилизации перерастает конфликт между самодержавием и революционным народничеством.

После принятия ряда экстраординарных мер, в феврале 1880 г. Александр II учреждает Верховную распорядительную комиссию во главе с «диктатором» — графом М.Т. Лорис-Меликовым, делающим ставку на союз с умеренно-либеральными силами. В течение короткого срока своего правления Лорис-Меликов предпринимает в области цензуры и прессы многообещающие шаги. Он фактически прекращает административное преследование журналистики и нацеливает комиссию по подготовке законов о печати (под председательством вернувшегося к государственной деятельности П.А. Валуева) на «отмену административных взысканий за нарушение постановлений о печати, с предоставлением наложения всех наказаний исключительно судебным установлениям»²². Комиссия завершает работу 28 февраля 1881 г., а 1 марта бомба народовольцев трагически обрывает жизнь Александра II и пресекает попытки либерализации внутренней политики царизма.

Анализ трансформации цензурного режима с 1863 по 1881 г. показывает, что здесь не было недостатка в первоначальных либеральных инициативах и решениях. Но самодержавные традиции, автократическая реакция на активизацию общественного движения ведут к преобладанию не правового подхода, а административного произвола в оценке злободневных журналистских произведений.

²¹ Журнал особой Комиссии, высочайше утвержденной 2-го ноября 1869 г. для пересмотра действующих постановлений о цензуре и печати. — СПб., 1871. — С. 1.

²² РГИА, ф. 908, оп. 1, д. 168, л. 106.

Изменения в составе и структуре русской печати эпохи Великих реформ

Со 146 журналами и газетами Россия вступает в полосу преобразований, а в 1881 г. периодика насчитывает в своих рядах 531 издание. Существенно уточняют представление об эволюции печати сопоставительные данные о переменах в конкретных газетно-журнальных группах. Сравнение показателей в начале и конце правления Александра II выявляет, что самые высокие темпы развития демонстрирует общественно-политическая, литературная и церковная периодика: она увеличивается 14-кратно. Количество информационно-справочных изданий возрастает в 5, научных и специальных — в 2,7, официальных — в 1,8 раза. Общую картину передает помещенная ниже таблица 1. о разномоментно выходящих в 1855-1881 гг. изданиях.

Таблица 1.

Русская периодическая печать в 1855–1881 гг.

Издания	Петербургские и московские	Провинциальные	Итого
Общественно-политические, литературные	321	104	425
Официальные	23	89	112
Церковные (РПЦ)	19	57	76
Информационные, справочные	40	61	101
Специальные, научные	367	95	462
Всего	770	406	1176*

** В том числе 503 газеты и 673 журнала. 714 печатных органов основаны или арендуются частными лицами, 266 выпускаются учебными заведениями, научными учреждениями, обществами, комитетами и 196 издаются правительственными ведомствами.*

На выделении главного в предметно-тематическом содержании построена схема группового распределения изданий (горизонтальный срез). В центре внимания здесь — их идейные позиции, проблематика и особенно цензурные судьбы периодики. По территориальному признаку (вертикальный срез) издания разделяются на столичные и провинциальные, что позволяет проследить за эволюцией местной печати.

Обнаруживается многофакторная детерминация развития определенных категорий прессы, но среди факторов непременно присутствуют обстоятельства цензурного режима. Так, лидирующая группа научно-специальных изданий интенсивно приумножается и в силу очевидных хозяйственно-технических нужд государства, и по причине того, что она уже в конце 1850-х гг. выводится из-под официального надзора. Рост некоторых отрядов печати

обусловлен потребностями конкретных реформ. Таковы, например, военная периодика, которой покровительствуют организаторы преобразования армии, синодальная и епархиальная печать, в отношении которой церковные власти сочетают поддержку и строгий контроль.

В бурное время перемен усложняется структура таких крупных групп прессы, как литературная и общественно-политическая. Она объединяет собственно политические органы и библиографические, педагогические, художественные, юмористические и т.д. Затрудненность процедуры основания и строгости надзора, безусловно, препятствуют распространению газет и журналов для народного чтения, а также сатирических. Объектом повышенного исследовательского интереса закономерно являются процессы, происходящие в кругу изданий с ярко выраженным концептуальным направлением — демократических, либеральных, славянофильских, консервативных. Здесь следует подчеркнуть, что идейная дифференциация периодики в эпоху реформ сопровождается и дифференциацией цензурных подходов к сторонникам и противникам самодержавия. Это хорошо иллюстрирует статистика административных взысканий и других мер воздействия на журналистику.

В условиях развития прессы, таким образом, синтезируются влияние цензурного режима, государственные и общественные потребности, профессиональные, управленческие, конфессиональные и многие другие интересы социальных субъектов. В иерархии этих существенных обстоятельств фактор правительственной цензурной политики занимает одно из важных мест.

Перестройка цензурного режима затрагивала фундаментальные принципы автократического поведения в сфере мысли и слова. Самодержавие не смогло пойти дальше ограниченного привлечения судебных органов к роли арбитра в делах печати, введения некоторых элементов последующей и частичного сужения предварительной цензуры при усилении мер административного воздействия на журналистику. В оценке эволюции прессы необходимо подчеркивать многофакторную детерминацию этого процесса в бурное время реформ, когда рост периодики, с одной стороны, стимулировался потребностями комплекса преобразований, но, с другой стороны, и особенно в идеологическом плане, сдерживался усилиями правительства. Развивающаяся пресса, с точки зрения условий функционирования, отчетливо распадалась на две большие части. Для научно-специальных, справочных и журналов и газет, а также для официальных изданий реформа 1865 г. обеспечила более широкое пространство свободы. Частная печать, так или иначе вовлеченная в проблемное поле

государственного устройства и управления, и провинциальная периодика остались полураскрепощенными. Это на долгие годы вперед предопределило остроту цензурных вопросов.

Макушин Леонид Михайлович, доцент факультета журналистики Уральского государственного университета.

Информационная безопасность и ее обеспечение

Вслед за принятием в России «Закона о безопасности» (1992) появилось много работ по общим вопросам безопасности, в том числе и ряд крупных монографий¹.

Среди частно-всеобщих (если можно так выразиться) все большее значение приобретает проблема **информационной безопасности**. Задолго до принятия «Доктрины информационной безопасности» (2000) уже возникали подходы, так сказать, первоначального плана. Вот некоторые из «авторских» характеристик. Например, А.И. Поздняков утверждал: «Информационная безопасность общества и государства характеризуется степенью их защищенности и, следовательно, устойчивости основных сфер жизнедеятельности <...> по отношению к опасным (дестабилизирующие, деструктивные, ущемляющие интересы страны и др.) информационным воздействиям, причем как к внедрению, так и извлечению информации. Она определяется способностью нейтрализовать такие воздействия»².

Более развернутый вид имеет едва ли не первая характеристика, принадлежащая Л.И. Шершневу: «Информационная безопасность — способность государства, общества, социальной группы, личности обеспечить с определенной вероятностью достаточные и защищенные информационные ресурсы и информационные потоки для поддержания жизнедеятельности, устойчивого функционирования и развития, противостоять информационным опасностям и угрозам, негативным информационным воздействиям на индивидуальное и общественное сознание и психику людей, а также на компьютерные сети и другие технические источники информации, вырабатывать личностные и групповые навыки и умения безопасного поведения, поддерживать постоянную готовность к адекватным мерам в информационном противоборстве, кем бы оно ни было навязано»³.

¹ См., например: Абдурахманов и др. Основы национальной безопасности в России. — М., 1998; Арбатов А.Г. Безопасность: Российский выбор / А.Г. Арбатов. — М., 1999; Возжеников и др. Общая теория национальной безопасности. — М., 2005; Манилов В.А. Безопасность в эпоху партнерства / В.А. Манилов. — М., 1999; Манилов В.А. Геополитика и национальная безопасность: словарь... / В.А. Манилов. — М., 1998; Митрохин В.И. Сущность и категориальный аппарат современной концепции национальной безопасности / В.И. Митрохин. — М., 1999; Прохожев А.А. Национальная безопасность: основы теории, сущность, проблемы / А.А. Прохожев. — М., 1996; Прозктор Д.М. Новые измерения политики безопасности на рубеже столетий / Д.М. Прозктор. — М., 1997; Серебрянников В.В. Социальная безопасность России / В.В. Серебрянников, А.Т.Хлопьев. — М., 1996; и др.

² Поздняков А.И. Информационная безопасность личности, общества, государства / А.И. Поздняков // Военная мысль, 1993. — № 10. — С. 13-14.

³ Шершнев Л.И. Информационная безопасность России / Л.И. Шершнев // Безопасность. Инф.сб., 1993. — № 11-12. — С. 49-50.

При этом все чаще **информационная безопасность видится не только сохранением и в необходимых случаях восстановлением status quo, но и устранением всего мешающего и противодействующего гуманистическому прогрессу, и, соответственно, связывается с более широкой проблемой — разрабатываемой в рамках международного сообщества концепцией устойчивого развития общества.** По замечанию А.Д. Урсула, «любая стратегия безопасности и, в первую очередь, — информационной — обязана исходить из принципов стратегии перехода к устойчивому развитию. А это кардинально новое видение проблем безопасности»⁴.

После принятия «Доктрины информационной безопасности» появился ряд работ по этой проблеме⁵. К сожалению, вопросы безопасности применительно к сфере журналистики не выделяются в концептуальных разработках особым «блоком». А имеющиеся характеристики носят чрезмерно общий характер и прагматически не проработаны. И это происходит даже после принятия «Доктрины...», где эти вопросы затрагиваются (хотя тоже системно не разрабатываются). Так что на теоретиках журналистики лежит большая ответственность — исходя из общетеоретических наработок (а при нужде специфицируя и дополняя их на основе современных теоретико-журналистских знаний), системно и прагматически-акцентированно разрабатывать всю совокупность проблем безопасности в сфере «СМИ — аудитория», или «масово-информационной безопасности» (МИБ).

При разработке вопросов безопасности важна структурная ясность. Анализируя приблизительно в то же время ситуацию, Г.В. Иващенко отметил, что часть публикаций в области теории безопасности описывает свой предмет бессистемно, тогда как надо изучать всю совокупность условий существования субъекта «защиты»⁶.

⁴ Урсул А.Д. Информационная стратегия и безопасность в концепции устойчивого развития / А.Д. Урсул // НТИ. Сер.1. Орг. и методика инф. работы. — 1996. — № 1. — С. 7. См. также: Новая парадигма развития России. — М., 1999. — С. 329.

⁵ Брусницын Н.А. Информационная война и безопасность / Н.А. Брусницын. — М., 2001; Казанцев С.Я. и др. Правовое обеспечение информационной безопасности; Каландаров К.Х. Информационная безопасность и права человека / К.Х. Каландаров. — М., 2005; Лозовский Б.Н. Манупулятивные технологии управления средствами массовой информации (сер. «Информационная безопасность») / Б.Н. Лозовский. — Екатеринбург, 2008; Расторгуев С.П. Основы информационной безопасности / С.П. Расторгуев. — М., 2009; Стрельцов А.А. Обеспечение информационной безопасности России : теоретические и методологические основы / А.А. Стрельцов. — М., 2009; Тихонов В.А. Информационная безопасность : концептуальные, правовые. Организационные и технические аспекты / В.А. Тихонов, В.В. Райх. — М., 2006; Федоров А.В. Информационная безопасность в мировом политическом процессе / А.В. Федоров. — М., 2006; Ярочкин В.И. Информационная безопасность / В.И. Ярочкин. — М., 2008; и др.

⁶ Иващенко Г.В. Доктрина информационной безопасности и методические проблемы теории безопасности / Г.В. Иващенко // Материалы круглого стола. МГУ. — 2000. — С. 48-63.

Одна из важных характеристик принадлежит специально занимающемуся проблемой А.А. Стрельцову, который сделал серьезный шаг в определении структуры проблемы. Он выделил *объект* безопасности; *угрозы* безопасности; факторы, обеспечивающие *предотвращение* вреда при реализации угроз.⁷ Разрабатывая структурные проблемы, А.А. Стрельцов затем сформулировал общие принципы деятельности по обеспечению безопасности. Главные — гуманизм, социальная справедливость, объективность, конкретность, эффективность. А средства достижения — правовые, политические и организационные.⁸ Структурные составляющие выделены точно, хотя скупо и без «развертки», и, кажется, неполно. И притом только применительно к защите государственных интересов в сфере информации; речь о безопасности в сфере «СМИ — аудитория» практически не ведется. И это, к сожалению, характерно для многих работ по информационной безопасности. А если и говорят об аудитории, то преимущественно как «покупателях»/«потребителях» информации, и на этом строятся модели и стратегии многих СМИ. Объективные потребности тех или иных слоев аудитории остаются без внимания. Поэтому не случайно повторяется — «остается открытым вопрос: кого, от кого и/или от чего мы пытаемся защитить»⁹.

Углубление в структуру теории безопасности применительно к журналистике и ее аудитории, с одной стороны, основывается на общих основах, а, с другой, требует строгой систематизации и указания на ряд специфических проявлений и свойств в сфере «СМИ — аудитория», которые неизбежно должны получить свою специфическую «окраску».

В условиях широкой свободы деятельности плюралистической журналистики при недостаточной убежденности, что СМИ не средство передачи любой «важной» для издателя и «интересной» для аудитории информации, возникает пренебрежительное отношение к осмыслению и реализации требований информационного порядка при организации функционирования СМИ. И, соответственно, стала остро ощущаться совокупность ряда проблем информационной безопасности в сфере «СМИ — аудитория».

На фоне представлений о «нормальной» обеспеченности безопасности становится ясным, каковыми (теоретически) могут быть нарушения в сфере безопасного функционирования системы «СМИ — аудитория», как определять (практически) нарушения в этой сфере и как находить средства противодействия в целях восстановления «нормы» и дальнейшего прогресса системы.

⁷ Стрельцов А.А. Содержание понятия «обеспечение информационной безопасности» / А.А. Стрельцов // Информационное общество. — 2001. — Вып.4. — С. 10-16. =

⁸ Стрельцов А.А. Обеспечение информационной безопасности России... / А.А. Стрельцов. — М., 2009. — С. 134.

⁹ Информационная и психологическая безопасность в СМИ. — С. 129.

Если не обеспечен толерантный плюрализм и диалогическое взаимодействие внутри и между СМИ, между СМИ и властью, между СМИ и аудиторией концепция СМИ как института обеспечения демократии посредством итогового обеспечения аудитории информацией в соответствии с *объективными потребностями* МИБ, система безопасного функционирования «СМИ – аудитория» оказывается перед рядом трудностей, которые требуется преодолеть.

Не случайно основой концепции Закона «О безопасности» считаются «потребности, удовлетворение которых надежно обеспечивает существование и возможность прогрессивного развития личности, общества и государства» (ст. 1).

Если понимание *сущности* массово-информационной безопасности — характеристика **оптимального состояния объектов защиты** (государства, общества, граждан), то важнейшую роль приобретает понимание **характера нарушений** равно как **и их источников**. Затем требуется выяснение **путей и средств устранения нарушений**, а также определение **организационных форм и структур**, функция которых — **мониторинг и анализ** состояния информационно-безопасности, **разработка и реализация мер** по сохранению и укреплению безопасного функционирования СМИ. Наконец, требуется определение форм **контроля за эффективностью принятых мер**.

Нормальное состояние массово-информационная безопасность (МИБ) в сфере «СМИ – аудитория» — такой характер системы журналистики и ее деятельности, когда выполнение всех *функций* СМИ как **института непосредственной демократии** основывается на требованиях информационного обеспечения демократии и протекает в рамках норм **информационного порядка**. А искомый результат заботы об информационной безопасности — **информированность** всех социальных субъектов.

При этом подлежат рассмотрению с точки зрения «безопасного» подхода, с одной стороны, сами средства массовой информации как система институтов формирования массового сознания, а с другой — «права граждан, юридических лиц и государства на получение, распространение и использование информации». При этом декларируется необходимость обеспечить всех этих социальных субъектов «достоверной, полной и своевременной информацией, необходимой для принятия решений»¹⁰. В этой связи для прояснения и уточнения заявленной позиции стоит учесть положение, сформулированное для участников делового общения: «Под безопасностью деловой коммуникации мы будем понимать такое ее состояние, которое позволяет сохранять и обеспечивать продуктивные отношения партнеров, а также исключать наступление вредных последствий хотя бы для одного из участников коммуникации»¹¹.

¹⁰ Концепция... — С. 40.

¹¹ Петренко А. Безопасность в коммуникации делового человека / А. Петренко. — М., 1994. — С. 3.

Обеспечение МИБ невозможно без знания о потенциальных и реальных нарушениях, возникающих в процессе функционирования СМИ — их организации и деятельности по отношению к «потребителям» (массовой аудитории), и, с другой стороны, о трудностях и «сбоях» в восприятии «потребителями» массовой информации и степени адекватности их реакции на нее.

Ясную характеристику всей совокупности опасностей и угроз для МИБ на определенном этапе ее деятельности дает **сравнение норм информационного порядка с особенностями всех сторон деятельности СМИ как института информационного обеспечения демократии**. Нарушения — это факторы, затрудняющие или даже блокирующие нормальное функционирование каждого находящегося в информационном пространстве общества социального субъекта с точки зрения обеспечения его информированности.

Таким образом, первая задача — определение на базе научных разработок при общем согласии всех структур, задействованных в сфере журналистики по проблемам МИБ, **основы объективных требований (норм) безопасного функционирования** системы «СМИ — аудитория» и ее структурных элементов (причем предпочтительно, чтобы нормы были сведены в Хартию). Следом возникает проблема выявления и, затем, *предупреждения и ликвидации нарушений* на основе разработанных в Хартии мер противодействия им в целях оптимально-безопасного функционирования системы «СМИ — аудитория».

Совокупность нарушений МИБ как факторов, затрудняющих или даже блокирующих нормальное функционирование каждого из находящихся в информационной среде общества социальных субъектов, очень широка.

Поэтому кажется важным обратить внимание на необходимость терминологической определенности понятийной структуры в области МИБ, что было бы крайне полезным подспорьем для мониторинга, анализа и выработки предложений по оптимизации деятельности системы «СМИ — аудитория».

Если пользоваться терминологией теории технической безопасности, то нарушения МИБ могут быть трех типов — «аварии», «ошибки», «отказы». По-видимому, прямо переносить эти характеристики требующих преодоления трудностей в технических системах, на область «СМИ — аудитория» было бы неверным, хотя принципы подхода использовать стоит. В теории информационной безопасности есть и такой ряд понятий: «угрозы», «риски», «вызовы»¹². И эти понятия в конкретных случаях использовать стоит. Ведь «риски» — это действия, тающие как неудачу, потенциально способные вызвать нарушения, но также способствовать оптимизации в системе. «Вызовы» же — заявленные действия, которые могут повлечь желаемые сформулировавшему их нарушения в нормальном функционировании системы «СМИ — аудитория».

¹² Тихонов В.А. Ук.соч. / В.А. Тихонов, В.В. Райх. — С. 15.

Уже принято недостатки, трудности, нарушения, риски и ошибки, с которыми сталкивается эта система называть «сдвоенным», так сказать, термином **«опасности и угрозы»**. Однако никто не взял на себя труд охарактеризовать каждый из них по отдельности, поскольку все же это не синонимы. Представляется правильным «развести» их таким образом. **«Опасности»** — непреднамеренные и часто неосознаваемые » недостатки и/или риски в практике функционирования системы «СМИ — аудитория», могущие породить, с точки зрения «нормы», трудности, сбои, отказы в системе, чреватые нарушением нормального течения в ее деятельности. А **«угрозы»** — сознательные нарушения и/или расчеты и намерения нарушить принятые «нормы» МИБ, что может привести к трудностям, сбоям или отказам в функционировании системы «СМИ — аудитория», нанести ей ущерб в соответствии с «частными» эгоистическими интересами того или иного субъекта деятельности в системе «СМИ — аудитория». Информационные угрозы, по характеристике А.А. Стрельцова, это «условия и факторы, способные нанести вред информации, информационной инфраструктуре, реализации правового статуса человека и гражданина в области информационной деятельности <...>»¹³.

Если так (или подобным образом) развести понятия «опасности» и «угрозы», притом с характеристикой их содержания и субъектов-носителей, то можно привести «в порядок» накопленные в документах и научных разработках называемые в них трудности и недостатки в сфере безопасности «СМИ — аудитория». А затем дать им четкие оценки аналитического плана и разрабатывать меры предупреждения реальных опасностей, противодействия возникшим угрозам, а в целом добиваться оптимизации безопасного функционирования всей системы «СМИ — аудитория» или тех или иных ее элементов.

Когда говорят, что уровень информационной безопасности «не в полной мере» соответствует социальным потребностям, то, по-видимому, имеют в виду именно **опасности**.

«Пространство» опасностей громадно. В чем они уже видятся уже сейчас? На первое место ставится несовершенство нормативно-правового регулирования. Особо выделяется неразвитость системы СМИ и информационных служб. Важное место отводится несформированности единого информационного пространства. А это связано с недостаточным развитием плюралистической системы СМИ, не закрывающей все информационные «ниши» и обращающейся не ко всем слоям аудитории. Заметны трудности выявления и оглашения всего разнообразия мнений и предложений граждан, а также получения адекватных откликов на них от СМИ и социальных институтов. Проблема и в слабости интерактивных связей «СМИ — аудитория», диалогического взаимодействия в обществе. Особую группу опасностей составляет

¹³ Стрельцов А.А. Ук. соч. / А.А. Стрельцов. — С. 123.

низкий уровень и продвижение дурных образцов массовой культуры, терпимость к антиобщественному поведению, что зачастую связано с коммерциализацией информационного потока.

К опасностям относится и сбой в доставке информационных продуктов «потребителям», и непонимание журналистами их места в системе демократии, гуманистических императивов их деятельности и неумения вести социальный диалог. Нельзя не заметить и сбой в методологической культуре объективного анализа. Опасности, таким образом, могут возникнуть в любой сфере и на любом этапе журналистской деятельности и массово-информационного процесса.

К опасностям также относится недостаточный международный информационный обмен, слабость присутствия российских каналов в международном информационном пространстве...

Это «внешние» опасности, зависящие от характера деятельности СМИ.

Но есть, так сказать, и внутриаудиторные. «Потребители» массовой информации недостаточно активны в интерактивных контактах со СМИ. Массовая аудитория испытывает материальные и технические сложности получения интересующей ее информации, причем в силу неразвитости гражданского сознания у многих потребности, интересы и запросы слабо, а то и вовсе неверно сформированы. Аудитория недостаточно владеет навыками работы с потоками массовой информации разной направленности. Опасность является пассивно-потребительское отношение аудитории к СМИ и наивная доверчивость к каждому высказанному в СМИ суждению. Не менее опасна растерянность аудитории перед многообразием позиций и взглядов, что нередко ведет к иронической отстраненности от «всех и всяческих» информационных воздействий.

Если обобщать, многие СМИ не видят себя в системе безопасного функционирования сферы «СМИ — аудитория». Вот предельно частный и вроде бы «мелочный» пример. Есть очень немало девушек, смотрящих ТВ-передачи, для которых стала характерна «неудовлетворенность собственным телом, а также низкая оценка своего характера, здоровья и счастья. Неудовлетворенность собственным телом и выбор «телесно ориентированных» и «гедонистических» ценностей может объясняться подверженностью воздействию медиаобразов, а также зависимостью от мировоззрения, навязываемого СМИ»¹⁴.

Это только очевидные опасности, и требуется дальнейший широкий и тщательный мониторинг и анализ всей совокупности трудностей в этой сфере.

Угрозы — это прежде всего принятие правовых актов, ущемляющих права субъектов в сфере «СМИ — аудитория». Одной из принципиально важных угроз называют «неразвитость гражданского общества», и государство принимает на себя обязанность помогать его развитию.

¹⁴ Информационная и психологическая безопасность в СМИ. — С. 352.

Угрозами оказываются решения официальных институтов и лиц, которые нарушают конституционные права и свободы и учредителей/издателей, руководителей и журналистов и, конечно, аудитории на получение полной и достоверной информации, тем более не прошедшей сквозь сито диалогического обсуждения, приведшего к адекватной информированности граждан. Угрозой является и решения учредителей/издателей, руководителей СМИ и их сотрудников, односторонне направленных на проведение субъективно ориентированной информационной политики. К угрозам относится и монополизация информационного рынка в стране и/или регионе, что блокирует возможности аудитории на получение необходимой разнообразной информации и сопоставления позиций, не говоря уж о включенности в диалог. Расширение места, занимаемого в информационном пространстве государственными и муниципальными СМИ, может вызвать стремление блокировать их деятельности и/или подчинить частным интересам издающих организаций. Стало привычным обстоятельством, когда социальные институты разного ранга и уровня часто не придают должного значения выступлениям СМИ, игнорируя, что они — особый институт демократии. В ряду угроз — монополизация информационного рынка, блокирование деятельности тех или иных СМИ. Коммерческие СМИ не опасаются, а часто прямо идут на девальвацию гуманистических духовных ценностей, широко используют низкие образцы массовой культуры, эксплуатируют низменные побуждения. При этом еще и прибегают к манипулятивным приемам. Это выражается в стремлении «владеть» аудиторией с применением «грязных» информационных технологий, в использовании ложных сообщений, отрывочных сведений, дезинформации, сокрытия или искажении важной информации.

Неадекватность информации, ее ложная направленность способствует росту агрессивного потребительства, господству материальных ценностей, моральной деградации, мифологизации сознания.

Угрозы могут исходить извне и изнутри страны и проявляются в такой массово-информационной деятельности, которая приводит к «сбоям» в процессе и результатах информирования. Причины многообразны: недостатки развития системы СМИ; противозаконная деятельность в массово-информационной сфере, нарушение моральных норм, игнорирование информационных прав «потребителей» СМИ, манипуляторская (фальсификация, дезориентация, деморализация, дезорганизация, эскапистская и развращающая деятельность и т.д.). Угрозой является и превращение СМИ в «информационное оружие», организация разных форм «информационной блокады», «информационной интервенции», «информационной войны»¹⁵. Отмечается стремление государственных

¹⁵ См.: Лазарев И.А. Информация и безопасность / И.А. Лазарев. — М., 1997. — С. 29.

органов и коммерческих структур к ограничению законных прав СМИ, в т.ч. допуска к источникам информации и свободы ее распространения. Ограниченная включенность аудитории в информационное поле, отсутствие необходимых навыков «снятия» и переработки аудиторией информации и многое другое¹⁶. А в результате «необеспеченность прав граждан на информацию, манипулирование информацией вызывает неадекватную реакцию населения и в ряде случаев ведет к политической нестабильности в обществе»¹⁷.

Есть и внешние угрозы. Это и сознательно извращенная картина положения в мире и стране, неадекватная трактовка внешней и внутренней политики России, приобретающая в некоторых случаях характер информационной войны. Эпоха конфронтационной пропаганды и контрпропаганды, борьбы с «информационной агрессией» и «идеологическими диверсиями» хотя в целом и ушла в прошлое, но рецидивы возможны и, пожалуй, даже порой и неизбежны. Следовательно, в этой области нужна современная концепция контрпропаганды (что и зафиксировано в Доктрине). Однако на смену конфронтационным способам обеспечения безопасности сколько-нибудь цельная концепция не выработана, хотя потребность в ней велика в силу необходимости отстаивать национальные интересы, отнюдь не всегда совпадающие с интересами других, и добиваться на основе концепции устойчивого развития единства подходов к решению глобальных проблем. Очевидно, что государство должно поддерживать интернационализацию, глобализацию информационной деятельности журналистики, но при учете национальных интересов в этой сфере и, разумеется, противодействовать информационной экспансии.

Эти угрозы лежат, так сказать, на поверхности, многими аналитиками освещены и оценены. Но изучение и здесь требует продолжения, выведения «на свет божий» всего того, что угрожает «нормальному» безопасному функционированию системы «СМИ — аудитория». Важно, чтобы картина опасностей и угроз приобрела системный вид, а не форму перечня «через запятую».

При этом надо различать, **на ком лежит ответственность** за пренебрежение опасностями и возникновение угроз. Если в сфере «СМИ — аудитория» задействованы все составляющие этой системы, то и «ответственный» оказывается тот или иной субъект системы. В каждом конкретном случае это могут быть и государственные и муниципальные органы, и общественные организации, и учредители/издатели СМИ, и журналисты, а также и аудитория как заказчик и потребитель информации и как автор — участник интерактивных отношений в сфере СМИ.

Поэтому в конкретном анализе важно определить:

¹⁶ См., например, Абдурахманов М.И. Основы национальной безопасности России / М.И. Абдурахманов и др. — М., 1998. — С. 164 и след.

¹⁷ Концепция... — С. 10.

Источник(и) и/или субъект(ы) нарушений МИБ.
Объект(ы), подвергающиеся нарушениям.
Цель/цели, которую преследуют нарушители.
Средства, которыми «нарушитель/нарушители» воздействуют.
Процесс воздействия на объект(ы).
Результаты воздействия (как возможные, так и реальные)¹⁸.

Следовательно, возникает необходимость более широкого, четкого и системного определения действующих лиц в системе МИБ. Объектами информационной безопасности в демократическом обществе выступают все его составляющие. Это и государство в совокупности всех его органов, и вся совокупность экономических структур, и все элементы гражданского общества (партии, союзы, объединения, ассоциации, отдельные граждане, и все многообразные инфраструктуры — образовательная, военная, научная и др.) как «производители» и «потребители» массовой информации. Естественно, каждый из этих субъектов вправе вырабатывать и отстаивать собственное представление о своей информационной безопасности и путях ее поддержания и укрепления. Между ними, по-видимому, неизбежны противоречия различной формы и содержания, борьба теоретических подходов и практических действий в сфере обеспечения каждым «собственной» информационной безопасности.

В российских СМИ даже «замеченные» специалистами и самими журналистами опасности и угрозы часто только констатируются, много реже получают адекватную характеристику и тем более аргументированную отповедь. В частности, сколько ни говорят о низкопробном и даже вульгарно-пошлом «развлекательном» контенте во многих СМИ (в том числе на федеральных каналах ТВ) практически ничего не меняется — его величество рейтинг оказывается сильнее разумных оценок. Пресловутая максима «дайте аудитории всё, что она хочет» оказывается непреодолимой линией защиты, тогда как с неразвитой аудиторией (низкие вкусы которой еще и усугубляются) надо научиться работать, возвышая ее, а не занимать круговую рейтинговую оборону.

Ясно, что первейшей проблемой является сформированность и нормальное функционирование структур, которые должны быть задействованы в системе формирования норм и обеспечения безопасности в сфере «СМИ — аудитория».

Обеспечение МИБ требует создания соответствующих **организационных структур** для систематизации и развития норм безопасного функционирования «СМИ — аудитория», а затем мониторинга, анализа ситуаций в СМИ и информационных службах, разработки и реализации мер, способствующих созданию условий для МИБ, ее поддержанию и совершенствованию. Поскольку каких-то «надобщественных» сил не существует, равно как в обще-

¹⁸ Тихонов В.А. Ук.соч. / В.А. Тихонов, В.В. Райх. — С. 13.

стве нет неангажированных, готовых и способных действовать только и исключительно в интересах МИБ всего общества, то решение следует искать в иной сфере. При этом разрозненных усилий отдельных структур недостаточно. Если это так, неизбежен поиск сил и факторов стабилизации и укрепления МИБ *не только через усилия отдельных субъектов* жизни общества.

В такой ситуации оптимальный выход — обеспечение МИБ совместными усилиями всех составляющих демократической структуры — **государственных институтов**, многообразных **институтов гражданского общества** (партий, союзов, ассоциаций, обществ и других представителей различных социальных сил), задействованных в СМИ **бизнес-структур**. При этом необычайно важно, чтобы согласование усилий проходило на равноправной основе при понимании необходимости опоры на нужды развития «гражданского участия» деятельности СМИ.

Задача объединить и тем более «заставить» действовать всех совместно в интересах всего общества при объективном существовании неодинаковых интересов различных сил, разумеется, необычайно трудна. Но «инного не дано», и в обществе не может не укорениться идея необходимости совместных усилий, «коалиционных» действий в общенациональных, общенародных, общегосударственных целях построения «общества XXI века».

Совокупность **государственных структур**, задействованных в сфере СМИ и, специально, в области МИБ, широка и многообразна. Высшей государственной структурой является Совет безопасности (а при СБ организован Научный совет), который по должности возглавляет Президент РФ. В СБ в 1993 г. создана Межведомственная комиссия по информационной безопасности, в задачи которой входят анализ и прогнозирование ситуаций, возникающих в этой сфере, выявление потенциальных опасностей и их оценка, подготовка федеральных целевых программ и других материалов по обеспечению информационной безопасности, разработка предложений СБ по необходимым для этого правовым актам. Другие государственные органы (Федеральное Собрание, Правительство, правоохранительные органы) также имеют свои функциональные задачи в обеспечении информационной безопасности (в том числе МИБ). В ГД, например, есть подкомитет по информационной безопасности и экспертный совет по законодательству, а области обеспечения информационной безопасности.

Гражданско-общественные структуры также задействованы разработке требований и действий по обеспечению информационной безопасности наряду с государственными структурами. Развертывает постепенно свою деятельность соответствующее подразделение Общественной Палаты РФ. Существуют организации правозащитников (в том числе они занимаются и проблемами СМИ), другие общественные организации, участникам которых

небезразличны судьбы журналистов. Свой и немалый вклад могут и должны внести многочисленные журналистские организации (Союз журналистов России, Медиасоюз, различные гильдии и ассоциации, Фонд защиты гласности, Комиссия по доступу к информации, Российское авторское общество и др.). Разумеется, «свое слово» должны сказать и все другие институты гражданского общества.

Немалая доля ответственности лежит и на **организациях бизнеса** — союзах предпринимателей, ассоциациях издателей, телерадиовещателей, мобильной связи и информации и т.д. и как учредителях/издателях СМИ, и как спонсоров и рекламодателей, и «просто» как социальных институтах демократического общества в их заинтересованности делами СМИ.

Доктрина информационной безопасности содержит ряд положений, прокламирующих идеи, предполагающие формирование и действия структур именно коалиционной направленности. Вот они: государство «организует разработку федеральной программы обеспечения информационной безопасности Российской Федерации, объединяющей усилия государственных и негосударственных организаций в данной области». Поэтому «в целях выявления и согласования интересов федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и других субъектов в информационной сфере, выработки необходимых решений государство поддерживает формирование общественных советов, комитетов и комиссий с широким представительством общественных объединений и содействует их эффективной работе». Государство также гарантирует «правовое равенство всех участников процесса информационного взаимодействия вне зависимости от их политического, социального и экономического статуса». И «поддерживает деятельность общественных объединений, направленную на объективное информирование населения о социально значимых явлениях жизни общества, защиту общества от искаженной и недостоверной информации», а также в связи с этим «использование форм общественного контроля».

Тем самым обнаруживается желание, чтобы обеспечение (охрана и развитие) массово-информационной безопасности осуществлялось **совместными усилиями всех социальных структур**.

Соответственно, необходимым является и создание государственно-общественных органов коалиционного типа. Таким совместным, «коалиционным» инструментом выработки и проведения национальной политики в области СМИ с включением средств защиты массово-информационной безопасности могла бы стать государственно-общественная организация типа **Национального совета по СМИ**, в котором на паритетных началах были бы представлены государственные, общественные, бизнес-структуры.

Первейшей задачей такого органа, если он будет создан, станет забота о систематизации «хотя бы тех законов и норм», которые приняты государством, общественными организациями, бизнес-структурами и так или иначе действуют. Притом Совет сразу же столкнется с тем, что существует множество нормативных документов, одни из которых частично устарели, другие внутренне противоречивы, третьи неполно согласуются с Конституцией, четвертые еще только задумываются, а пятых нет вовсе даже в предположениях и т.д. Частный, но показательный пример: в Законе о СМИ записано, что *граждане имеют право на оперативное получение достоверной информации*, но к СМИ не обращено требование такую информацию предоставлять. Или: в Конституции декларирован запрет цензуры, и Закон о СМИ разъясняет, что есть цензура. Оказывается, что запрещена только *предварительная* цензура. Или: прокламирована *свобода СМИ*, но в Законе о СМИ указывается на недопустимость злоупотребления свободой печати. Притом не объясняется, *что такое свобода и что такое злоупотребление свободой*. Правда, табу наложено на некоторые формы информации, но ясности по ряду проблем нет, чем и пользуются, в частности, издатели желтой (да и не только) прессы.

Прежде всего, следовательно, Совету важно «иметь под рукой» всю многообразную совокупность документов (от Конституции до внутриредакционных регламентов), проанализировать их в свете требований МИБ на соответствие безопасным нормам функционирования системы «СМИ — аудитория». При этом вероятнее всего возникнет множество предложений, касающихся детализирующего развертывания системы норм информационного обеспечения демократии, информационного порядка по всему спектру журналистской деятельности. «Согласительная» работа над ними приведет, вероятно, и к законодательным предположениям, и к переформированию этических документов, и к «вмешательству» в редакционные правила. Так постепенно возникнет отработанная *система документов*, в совокупности составляющих своего рода журналистскую конституцию, которая могла бы быть представлена в **Хартии поведения журналистов**, разрабатываемой под эгидой Национального совета по СМИ. Поскольку проблема МИБ многосоставна, то Хартия неизбежно должна контаминировать правовые и нравственные, политические и творческие, организационные и психологические (и другие) стороны, определяя систему *деонтологических* принципов. При этом важнейшей, притом интегративной, является задача теоретического, правового, практического «обустройства» единого массово-информационного пространства России во имя информационного обеспечения демократии и достижения информированности всех социальных субъектов.

Нетрудно предвидеть огромные трудности формирования Хартии как принципиального основного журналистского деонтологического документа. Ведь для этого надо не только собрать, изучить и кодифицировать весь касающийся журналистики корпус российских юридических документов (от Конституции до многочисленных положений, принятых различными государственными институтами). При этом, учитывая имеющиеся «лакуны» и противоречия, выработать предложения по поправкам в действующие законодательные акты, по разработке недостающих — достаточно сказать, что нет закона о ТВ и РВ, агентствах и пресс-службах, праве на информацию и ряда других.

Предстоит также привести в систему и, учитывая государственные правовые акты, непротиворечиво включить в хартию наработанные российские, зарубежные и международные этические принципы и нормы (и тут тоже предстоит предпринять большие усилия по их пополнению и уточнению). Представляется, в хартии должны присутствовать характеристики и внутриредакционных отношений административно-организационного характера. Какие из них и как именно необходимо включить в хартию? Разумеется, в хартии должны быть «сняты» все важнейшие положения международных документов (ООН, ЮНЕСКО, Совета Европы, ПАСЕ и др.).

Кроме юридических и этических норм необходимо интерполировать в хартию принципиальные положения социально-творческих норм демократической журналистики (всю систему требований информационного обеспечения демократии — от путей организации информационного порядка до средств обеспечения массово-информационной безопасности). Вероятно (и даже обязательно), возникнет еще ряд предложений и требующих решения вопросов.

Кто их будет решать? Разумеется, Национальный совет по СМИ, объединяющего участие в этом сложнейшем деле всех имеющих отношение к журналистике государственных и общественных институций. И высших органов государственной власти с их специальными структурами (Министерства связи и массовых коммуникаций, соответствующих служб Администрации Президента, Федерального Собрания, Правительства, министерств и ведомств). И Общественной палаты, и журналистских организаций (от союзов журналистов до редакционных коллективов), и соответствующих научных учреждений, в том числе различных журналистских научно-образовательных, и Российского авторского общества и др. Разумеется, и заинтересованных бизнес-структур. А кто организатор? Кажется неизбежным исполнение этой роли именно Национальным советом по СМИ и его региональными подразделениями с участием структур Общественной палаты.

Между прочим, несмотря на наличие в Европе десятков различных и многообразных регулирующих (одни — чисто консультативные, другие — наделенные полномочиями для принятия решений) органов, созданных на

общественной основе или с участием государства, нигде нет единого и полнофункционального государственно-общественного института. Но при этом все настойчивее специалисты выступают за укрепление, а не ослабление нерыночной власти общества над средствами информации, что предполагает создание Советов как органов общественного «надзора» над средствами информации. Причем общественное регулирование должно быть нацелено на реализацию идеи, что средства информации есть общее благо, а не частный товар, чья первейшая задача состоит в том, чтобы творить и распространять слово корпораций. Как легко увидеть, Совет мыслится не как распространенные наблюдательные или попечительские советы, а как нечто (может показаться даже чересчур) большее. Но не случайно специалист по правовым проблемам информатизации предлагает создать Национальный совет по информации и информатизации в Российской Федерации. Аналогичный орган нужен на уровне ЕС и на уровне ООН. Пробразом такой организации может быть, например, МАГАТЭ.

Разумеется, требуется тщательное осмысление функций Совета, способов его формирования, сферы компетенции, характера принятия решений, уровня их обязательности, способа реализации. В связи с этим определится и структура Совета, характер его взаимодействия со всеми социальными институтами, действующими в области СМИ.

Проблем здесь множество. Но положение дел в журналистике, реалии «информационного порядка» таковы, что решение назревает. И инициаторами неизбежно должны выступать разные стороны — и государство, и институты гражданского общества, и бизнесмены, и ученые, и журналисты.

Универсальная задействованность Национального совета по СМИ в организации единого информационного пространства в целях информационного обеспечения демократии и, соответственно, массово-информационной безопасности, многообразие направлений его деятельности не должно создавать впечатления, что тем самым Совет «подминает» под себя все существующие институты, занимающиеся проблемами журналистики. Нет, он является своего рода высшим наблюдательным и консультативным органом и действует по названным направлениям прежде всего с точки зрения достижения оптимального состояния информационного порядка и поддержания массово-информационной безопасности. Паритетное участие в его деятельности институтов государственной власти, гражданского общества, бизнес-сообщества чрезвычайно важно для демократического управления деятельностью Совета, для выработки направлений и характера его функционирования, для выявления интересов и позиций разных социальных субъектов. Направленность на выработку общеприемлемых решений с учетом особенностей положения и стремлений каждого неизбежно породит в каждом конкретном случае дис-

кусии. Диалог внутри Совета вряд ли когда-нибудь будет легким. Однако интересы поддержания информационного порядка в масштабах страны стоят того времени и тех усилий, которые участники потратят на разрешение диалогическим путем обнаруживающихся в информационном пространстве СМИ проблем, а тем более конфликтных ситуаций в сфере безопасного функционирования «СМИ — аудитория».

В целях широкого и точного представления всей совокупности опасностей и угроз в Национальном Совете необходима служба **мониторинга, анализа и контроля** (не подменяющая и тем более не отменяющая соответствующей деятельности других институций, но строго взаимодействующая с ними).

Представляется, основа деятельности этой службы — «сравнение» выработанной концепции нормально-безопасного функционирования в системе «СМИ — аудитория» с реалиями состояния системы и ее функционирования в целом и/или ее компонентов с точки зрения безопасности. В результате выяснятся недостатки, трудности, сбои — сознательные и бессознательные нарушения требований норм в структуре и деятельности системы, которые обеспечивают МИБ.

Мониторинг предполагает системное отслеживание процессов, происходящих в СМИ с точки зрения реализации информационного порядка. На *первое* место здесь, пожалуй, стоит поставить задачу изучения реальностей функционирования системы СМИ в аспекте ее «достаточности», способности обеспечить информированность государства, общества, групп, институтов, личности. Именно здесь лежит, в частности, проблема, может ли каждый гражданин получить всю необходимую ему информацию, притом оптимальную по цене, доступности освоения, времени на ее «потребление» и т.д. *Вторая* проблема — все ли социальные группы и институты имеют достаточные возможности для участия в социальном диалоге путем ли создания своих СМИ, соучредительства или субучредительства, путем ли доступа на государственные СМИ и т.д., а если не имеют, то, что и как сделать, чтобы обеспечить их право на участие в диалоге? *Третья* проблема: насколько конструктивно и плодотворно ведется этот диалог всеми участниками и какие «сбои» и «отказы» здесь случаются? Разумеется, важно определить, как оптимизировать ситуацию, чтобы дело шло к достижению общественного согласия по основным «вопросам дня». *Четвертая*: какие деструктивные силы действуют в области СМИ и как им противостоять? В частности, ведение конструктивного диалога в СМИ зависит и от характера социальной позиции, и от знания социальной структуры общества, и от проникновения в психологию общения, и от представлений о законах полемики, дискуссии, аргументации и контраргументации, доказательства и убеждения и т.д. *Пятая* связана с предыдущими: остро стоит вопрос о состоянии кадрового корпуса СМИ, его готовности,

способности, подготовленности действовать в современных условиях с учетом требований информационного порядка. Тут же и проблема обеспеченности научными и учебными разработками, профессиональной периодикой, оптимальности структуры образования (подготовки, переподготовки, повышения квалификации). Проблемы, требующие постоянного «отслеживания» ситуаций в СМИ, можно перечислять еще и еще (они связаны практически со всеми сторонами функционирования СМИ), но стоит назвать еще одну ключевую. Пусть она в перечне окажется *шестой*. Каково состояние законодательства (и других нормативных актов, в том числе этических) и характера его реализации в практике (соблюдения, нарушения, санкции и проч.), какие государственные и общественные организации задействованы в сфере нормотворчества и реализации принятых норм, в каких сферах необходимы изменения, дополнения и т.д. ради обеспечения информационного обеспечения демократии и права на информированность?

Разумеется, круг проблем шире, но и этот отчасти систематизированный перечень указывает на множество нерешенных проблем в сфере МИБ.

При этом если мониторинг ведется не формально, в нем уже имплицитно содержатся оценки.

Разумеется, одним из направлений деятельности Национального совета по СМИ не может не быть **анализ**, сопоставление, выработка замечаний и предложений в связи с особенностями информационной политики конкретных социальных субъектов и реализации ее в их (или близким им) СМИ. Ведь в плюралистическом обществе в силу сложной структуры и многообразия интересов и потребностей различных групп, слоев, общественных структур неизбежны разногласия, несовпадение позиций, конфликтные ситуации, борьба. Это естественно порождает своеобразный характер информационной политики каждой частной социальной силы. И в этой сфере основным критерием выступают требования информационного порядка, учитывающие как общенациональные, так и частногрупповые интересы и подходы в этой сфере.

Мониторинг, а затем анализ полученных сведений для системы «СМИ — аудитория» показывает хотя бы некоторые направления деятельности. Но не появилось работ, полнее и системнее характеризующих трудности и пути их преодоления в сфере «СМИ — аудитория». И на поставленные вопросы с этих позиций ответить, а тем более принять адекватные решения в сфере СМИ трудно. И — что важно отметить — субъекты, задействованные в системе «СМИ — аудитория» не проявили активности в сфере МИБ.

Однако, представляется, *понимание и принятие* журналистским сообществом и политическим истеблишментом сущности и закономерностей *информационного порядка*, опасностей и угроз в сфере МИБ в целом еще не пришло, хотя проблема в силу ее значимости практически значима.

Но в силу укоренившихся традиций ведения массово-информационной деятельности, нежелания что-то менять в информационной политике, часто по эгоистическому расчету ситуация в сфере безопасности «СМИ — аудитория» если и меняется, то не в лучшую сторону. Не потому ли «Доктрина» вызвала неоднозначные, едва ли не критические оценки, а для многих прошла как бы незамеченной.

Поэтому важно, понимая сложности профессиональной деятельности в СМИ, особенно в переходный период, принятые руководящими силами СМИ подходы и стремления терпеливо и последовательно вести **разъяснительно-рекомендательную** деятельность с точки зрения норм безопасности в сфере «СМИ - аудитория». Бесспорно, по своему значению она стоит следующей после организации мониторинга и анализа.

И в связи с этим возникают вопросы. Насколько широка и эффективна деятельность в прошлом и настоящем профессионально-журналистской прессы («Журналист», «Журналистика и медиарынок», «Четвертая власть», многочисленные издания по ТВ и РВ, «Законодательство и практика масс-медиа», местные издания по СМИ)? Как и в каком направлении журналистские организации ведут работу (часто это называют «лоббированием») в Федеральном Собрании, других государственных органах, с конкретными СМИ и местными журналистскими организациями и т.д.? Достаточен ли уровень и объем «журналистской критики» (по аналогии с литературной критикой)? Каков уровень социологических исследований и их объем? Какой должна быть научно-критическая литература по журналистике, как организовать учебу, повышение квалификации, переподготовку кадров? Наконец, как влиять на практику научной работы в сфере журналистики? Насколько влиятельны все эти направления деятельности? Дают ли они достаточные импульсы всем структурам, задействованным в системе «СМИ — аудитория»?

По всем этим вопросам необходимо вырабатывать четкие практически ориентированные рекомендации и отслеживать принимаемые решения.

Информационная политика — и государственная, и «частная» не может не быть нацелена на **преодоление недостатков — ликвидацию опасностей и угроз**. И в ее рамках неизбежна постановка вопроса о *создании условий* для четкой реализации *правил безопасного функционирования СМИ*. Обеспечение МИБ невозможно без знания о потенциальных и реальных опасностях и угрозах, возникающих в процессе функционирования СМИ — их организации и деятельности по отношению к «потребителями» и, наоборот, о трудностях и «сбоях» в восприятии «потребителями» массовой информации и степени адекватности реакции на нее¹⁹.

¹⁹СМ.: Стрельцов А.А. Информационная безопасность духовной жизни общества / А.А. Стрельцов // Вестник рос. Об-ва информации и вычислительной техники. — 1996. — № 4. — С. 50 и след.

Они также лежат в двух областях.

Первая — оптимизация функционирования СМИ. Государственная информационная политика, как и политика «частных» сил в области СМИ нуждается в таких «поправках и дополнениях», которые способствовали бы укреплению информационного порядка, развитию информационного пространства в целях достижения более полной информированности граждан. Руководствуясь этими требованиями и предоставляемыми правами, СМИ, их система и взаимодействие двигались бы по пути оптимизации своей деятельности во взаимодействии со своим «контрагентом» — массовой аудиторией.

Социальным институтам важно не просто признать роль СМИ как «четвертой власти» и реализовывать свое законное «право на ответ» в более широком плане — как требование повседневного и активного взаимодействия со СМИ и, уважая ее «властные полномочия», адекватно реагировать на их «предъявление» на страницах и в программах СМИ.

У различных социальных сил, исходящих из приоритета «частных» интересов, могут быть различающиеся представления об информационной безопасности. Но тем важнее ясное понимание всеми ее общезначимой сущности и проблем, которые необходимо решать, в конечном счете, совместными усилиями, преодолевая расхождения «частных» представлений в целях обеспечения общесоциальных и общенациональных интересов. Формирование единого общепризнанного представления об информационной безопасности всех социальных субъектов в национальных и глобальных масштабах тем более важно, что существует точка зрения, будто цель информационной безопасности — обеспечение необходимой степени собственной информационной безопасности и снижение ее уровня у противоположной стороны. Эта характеристика — своего рода приглашение к «информационным войнам» между государствами, классами, нациями, социальными группами, общественными объединениями, политическими силами, средствами массовой информации. «Информационные войны» подрывают возможность социального диалога и движения к социальному согласию, блокируют переход на рельсы устойчивого развития. О какой безопасности тогда вообще может идти речь?

Вернее точка зрения, которая декларирует необходимость обеспечить всех социальных субъектов достоверной, полной и своевременной информацией, необходимой для принятия адекватных решений, которые позволяют сохранять и обеспечивать продуктивные отношения партнеров, а также исключать наступление вредных последствий хотя бы для одного из участников.

Вторая — оптимизация ментального состояния и форм активности массовой аудитории. Массовой аудитории важно, развивая свое гражданское сознание, активизировать на базе верно осознанных информационных потребностей свое взаимодействие со СМИ, а для этого надо располагать достаточ-

ными информационными ресурсами, представлениями о ситуации в СМИ, жизни общества, аналитической критичностью, умением понять информационную политику СМИ, ее мотивы и цели и т.д. И соответственно формировать свою информационную среду в целях достижения адекватной информированности. В последнее время все чаще говорят также об «*информационно-психологической безопасности*» — «самозащите» граждан от негативных информационно-психологических воздействий. Риски в этой сфере связаны с незрелостью личности, недостатками личностного самоопределения, внушаемостью, установкой на конформизм или неконформизм, ошибками восприятия и интерпретации информации. Важно, чтобы каждый гражданин стремился обеспечивать собственную информационно-психологическую безопасность и умел включать соответствующие механизмы. Активным помощником здесь должны выступать сами СМИ, которые, с одной стороны, демонстрируя свои подходы и обосновывая их, критикуя оппонентов, ища через диалог решения обсуждаемых проблем, тем самым «учат» аудиторию разбираться в хитросплетениях информационного противоборства. А с другой, показывая возможные средства «личной защиты» от угроз и опасностей.

Таковы основные (отнюдь не все) условия поддержания и укрепления МИБ. Чтобы они могли быть реализованы в сколько-нибудь оптимальном виде, требуется принятие всеми социальными субъектами требований МИБ. Ибо только при стремлении к созданию духа общественного согласия в поиске решений сложных общественных проблем возможно достижение информационной безопасности применительно к журналистике.

При этом мониторинг, критико-аналитическая и рекомендательная деятельность Совета следствием своим должна иметь нормотворческую составляющую. Поэтому естественным кажется выдвижение другой группы функций — выдвижение предложений **по разным направлениям нормотворчества**. Прежде всего, важно понять, насколько удовлетворительны действующие законодательные нормы с точки зрения информационного обеспечения демократии и безопасного функционирования системы «СМИ — аудитория», сколь полно они обеспечены подзаконными и другими актами, каковы правовые «лакуны», какие акты и нормы необходимы для обеспечения «нормального» функционирования СМИ. Тут же лежит задача ликвидации неправомерного вмешательства в деятельность СМИ. Возникает задача, кто и в каком порядке должен участвовать в правотворческом процессе, какова роль государственных и общественных органов и организаций в нем, как организовать это дело. Затем — как донести до журналистов и всех, связанных с деятельностью СМИ, всю систему действующих норм, какие «кодифицированные» сборники официальных документов необходимы, требуются ли официальные разъяснения и комментарии.

Помимо законодательно-правовых забот важное место занимают проблемы организации саморегулирования в журналистике, нормы которого сводятся в разные этические кодексы и регламенты деятельности. В мире существует множество документов этого рода — даже в России их несколько, Одни считаются общежурналистскими, другие разработаны для отдельных групп СМИ. Но и те, и другие часто оказываются декларативными, нередко отдельные нормы разных документов противоречат одна другой и потому слабо влияют на журналистскую практику, даже если нарушители оказываются в поле зрения журналистской общественности. И требуются серьезные усилия по дальнейшей разработке, кодификации и контролю за строгим исполнением норм журналистского саморегулирования.

Существуют также редакционно-организационные проблемы, связанные прежде всего с отработкой внутриредакционных документов типа устава редакции, регламентирующих работу сотрудников конкретного СМИ.

Одним из практических «выходов» анализа множества линий поведения в области безопасности сферы «СМИ — аудитория», на наш взгляд, может и должны быть обобщающие **предложения по формированию государственной (национальной) политики в области СМИ**. Национальный совет по СМИ может активно способствовать тому, чтобы совокупность институтов государства максимально полно, целенаправленно, последовательно выполняла роль «всеобщего представителя». В таком случае возникнет ситуация, когда государственная политика будет выступать в роли общенациональной и, выражая такое именно отношение к информационной политике «частных» социальных субъектов, как бы «возвышаться» над ними, обобщать их, формулируя принципы, нормы и правила поведения власти в сфере СМИ с точки зрения интересов безопасности всего общества. Наряду с такими концепциями, как военная доктрина, принципы международной политики, развития экономики, социальной сферы, культуры и т.д., государственная (национальная) политика в области СМИ не просто имеет право на существование, но и необходима. Равно как и подготовка специалистов по информационной безопасности в сфере «СМИ — аудитория» на базе развитого теоретического знания и анализа практики.

Ряд вопросов требует дополнительного обсуждения. К этому приглашает и «Доктрина», в которой прямо заявлено, что предлагаемый текст ее служит для «подготовки предложений по совершенствованию правового, методического, научно-технического и организационного обеспечения информационной безопасности Российской Федерации». Предлагается, чтобы они стекались в Совет безопасности, который «разрабатывает предложения в области обеспечения информационной безопасности Российской Федерации, а также предложения по уточнению отдельных положений настоящей Доктри-

ны». Нельзя, кажется, не заметить и одной проглядывающей несогласованности. С одной стороны, по «Доктрине» можно судить, что государство «вытягивает» на себя решение едва ли не всех проблем обеспечения информационной безопасности. И утверждается, что именно государство «проводит объективный и всесторонний анализ и прогнозирование угроз информационной безопасности РФ, разрабатывает меры по ее обеспечению». Но вместе с тем декларируется и необходимость привлечения других сил общества, на чьи плечи также ложится задача по обеспечению массово-информационной безопасности и организация соответствующих *организационных структур* для мониторинга, анализа ситуаций в СМИ и информационных службах, разработки и реализации мер, способствующих созданию условий безопасности, ее поддержанию и совершенствованию.

На это предложение следует откликнуться всем заинтересованным сторонам. А когда будет создан Национальный Совет по СМИ, он станет активным деловым партнером Совета безопасности. ...«Доктрина», приглашая к высказыванию предложений, остается как бы «открытой», и от общественности очень многое зависит в реальных процессах обеспечения информационной безопасности в «зоне ответственности» СМИ.

Структура национальной (государственной) политики в сфере СМИ, естественно, определяется ролью в создании необходимых условий для обеспечения информационного порядка в сфере «СМИ — аудитория» в общенациональном масштабе. Искомый результат — оптимизация массово-информационной деятельности всех заинтересованных структур, чтобы каждая из социальных сил получила возможность полнокровно участвовать в социальном диалоге в интересах общественного согласия при решении общенациональных задач. В целом эта политика проявляется, с одной стороны, в создании благоприятного экономического, правового, информационного, организационного «климата» для деятельности всего спектра СМИ, а с другой — обеспечении защиты общества от ложной, искаженной и недостоверной информации.

Вопросы нормотворческой деятельности, таким образом, прямо «перетекают» в систему проблем **контрольной деятельности**. Если законы, как и другие нормы, должны быть не просто декларацией, а непременно исполняться, то все и всякие нарушения должны не только полно и последовательно отслеживаться, но и применяться в своих «карающих» положениях. Естественно, возникает вопрос о соответствующих институтах контроля, притом как государственного, так и общественного. Кто и какие может применять санкции (судебные, административные, «внутрипрофессиональные», этические...) и как в этой связи действуют Союз журналистов и другие журналистские организации, Фонд защиты гласности, существуют ли у них соответствующие структуры, как налажена их деятельность? И насколько действен выноси-

мый вердикт (от обсуждения и осуждения Большого жюри СЖР, в профессиональных изданиях типа журнала «Журналист» до судебного решения)? Ведь требуется не только организация конструктивных действий, но и пресечения деструктивных. А проблем тут достаточно: многими журналистами свобода воспринимается как вседозволенность и освобождение от ответственности перед законом, обществом, коллегами. Острота проблемы связана ещё и с тем, что информационная борьба (нередко перерастающая в информационные войны) требует не только регламентации, но и контроля. В этом ряду и вопрос о цензуре в чрезвычайных обстоятельствах.

И для всех участников информационного процесса важна строгая ориентация на истинные, а не субъективистские представления о свободе деятельности в сфере СМИ. Журналист свободен в той мере, в какой он служит удовлетворению действительных потребностей всех и притом разных «потребителей» информации, в какой он — в предельном случае — способствует социальному прогрессу. А это прямо связано с соблюдением норм информационного порядка в обществе и, соответственно, всех норм МИБ. Любое нарушение их — отступление от законов свободного творчества. Если безопасность предполагает гуманистическое служение человеку и обществу (за торжество добра, истины и справедливости), то действие в этих рамках — свобода во имя безопасности. Следовательно, чтобы действовать эффективно, важно владеть представлениями о сути реальных социальных потребностей и уметь претворять это знание в практически-творческой сфере. Саморегулирование в журналистской среде во имя высоких целей дополняется контрольной деятельностью Роскомнадзора (Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций), добивающегося того, чтобы не допускалось злоупотребление свободой журналистской деятельности. В этой сфере действуют также и правоохранительные органы.

Кажется важным, чтобы Национальный совет по СМИ активно **распространял информацию о своей деятельности**, притом не только в сфере безопасного функционирования системы «СМИ — аудитория». Для начала — выступая в качестве учредителя или со(суб)учредителя в издании журналов и других изданий, рассчитанных на журналистов (типа «Журналист», «Четвертая власть» и др.), чтобы действительно участвовать в обсуждении проблем деятельности СМИ с точки зрения реализуемых Советом задач. Назревает необходимость учреждения специального бюллетеня (допустим, под названием «Массовая информация»), предназначенного для работников СМИ, организаций учредителей/владельцев СМИ, агентств (информационных, рекламных, PR и др.) и пресс-служб, государственных и общественных институций, связанных с массово-информационной деятельностью, научно-учебных организаций и специалистов и т.д. Роль такого издания — информирова-

ние всех заинтересованных сторон о деятельности Национального совета по СМИ, новом законодательстве, обсуждение уже принятого, публикация касающихся СМИ государственных документов и комментариев к ним. То же касается обсуждения и принятия этических норм. Важны и сообщения о работе специализирующихся в сфере СМИ органов Федерального Собрания, Администрации Президента, Правительства, правоохранительных органов, Роскомнадзора, наложенных санкциях, результатах социологических исследований по СМИ, разработанных рекомендациях по обеспечению МИБ и т.д. Пока такая информация печатается (а если печатается, то отрывочно) в разных изданиях, часто недоступных или просто неизвестных журналистам и связанным с деятельностью СМИ организациям и специалистам и потому уже в силу этого оказывается неработающей.

Важнейший итог работы — сведение всех нормативных идей и документов в Хартию.

Разумеется, первейшая забота государственно-общественного Совета — **концептуальное, организационное и творческое участие в деятельности общественных СМИ** — третьего социального типа журналистики (наряду с частными и государственными СМИ). Если «частные» СМИ видят общественные интересы сквозь призму интересов частной группы, слоя, партии, а государственным СМИ (второго типа) трудно избежать искушения «подправлять» общенародные позиции в зависимости от интересов стоящих «за» властью сил, то общественные в максимальной мере способны играть роль «всеобщего представителя». И гарантия тому — их деятельность от имени и под контролем Национального совета по СМИ с его ролью выразителя общих интересов, главной силы в поиске общественного согласия через диалог в СМИ, ведущий к оптимальным решениям с учетом интересов каждого.

Концепция МИБ, основанная на идеях информационного обеспечения демократии, информационного порядка, заботе об информированности аудитории при всестороннем развитии системы «СМИ — аудитория» — это «чистая» теория. Причем вряд ли все с нею согласятся. Тогда должна появиться другая... Но в любом случае озабоченности, вызвавшие к жизни эту, — императив времени, требующего развертывания идеи mediademokratia. Иначе неизбежно засилье в сфере СМИ то ли государства, то ли медиа-баронов. В такой ситуации о безопасном функционировании системы «СМИ — аудитория» в открытом демократическом гуманистическом обществе не стоит и мечтать.

Прохоров Евгений Павлович, профессор факультета журналистики Московского государственного университета.

Об аспектном изучении журналистики

Высказывания о современной (а отчасти и оставшейся в истории) медиародукции вызывают иногда чувство неудовлетворения и даже недоумения. Причем это относится к откликам не только любительским, но и профессиональным¹, более того — некоторым исследовательским. Распространенные недуги последних, — это описательность, схоластика и статика: главным образом, авторы заняты выделением признаков, которые констатируются, а затем тщательно разграничиваются, обособляются, классифицируются. Но и только.

Что же так мешает науке о журналистике и медиакритике стать полноценными, уверенными в себе, подобно социологии или критике литературно-художественной? Если коротко, то прежде всего циклопические объемы материала и неспецифичность самого явления СМИ, с равной справедливостью относимого к технологиям и к творчеству, политике и экономике, к социальной и правовой сферам. Для сравнения: в филологии известны докторские диссертации и монографии, посвященные разбору нескольких стихотворений, а то и одного лаконичного шедевра², тогда как гениальное информационное сообщение, резко выделяющийся в собственном ряду газетный выпуск невозможны по определению. Между тем всего лишь месячная бумажная масса среднестатистического общественно-политического ежедневника составляет порядка 300 печатных листов, что в переводе на книжный формат оборачивается десятком толстых томов. Понятно, как подавляет это не только бедного студента, которому в курсовой работе предписано рассказать об одном издании по меньшей мере за год, но и опытного обозревателя или ученого, имеющих дело с гораздо более широкими временными интервалами и числом объектов обсуждения.

Очевидно, что в сфере анализа журналистики так же, как и в ней самой, всё начинается вроде бы со сбора и компоновки материала. Но ведь и здесь следует предварительно понять, что необходимо искать и, главное, — для чего. Объект, таким образом, корректируется предметом, то есть углом зрения, ракурсом, но в особенности — целью. Выносимая на передний план проблема помогает преодолеть эмпиричность: а, впрочем, лишь в том случае, когда выявляются функции рассматриваемых процессов. К примеру, взятая сама по

¹ Большинство редакционных работников, участвовавших в «корпоративных» летучках, организованных «Журналистом» в 2009 году, цеплялись в десятке обозреваемых газетных номеров за 2-3 публикации и беспомощно оценивали их в плоскости: «понравилось — не понравилось».

² См., например: Алексеев М.П. Стихотворение Пушкина «Я памятник себе воздвиг...»: Проблемы его изучения / М.П. Алексеев. — Л., 1967 (нелишне будет отметить, что книга о произведении в двадцать строк насчитывает 271 страницу).

себе задача установления жанрового состава изданий определенного типа остается весьма отвлеченной, пока не постигаются возможности и притязания, которые за такой совокупностью стоят, пока непонятно, складывается ли она в систему, чем и почему отличается от аналогов.

Формулируя тему, автор или научный руководитель должен обязательно учитывать природу явления и затем определяться, какие именно объекты целесообразнее выбирать и что в них особенно актуально. Далее осуществляется выработка наиболее адекватных понятий и подходов. Одно дело, если высказаться предстоит об информационных публикациях, и другое — если о публицистических, существенно к тому же, в синхронии или в диахронии они осмысливаются и т.д. Но ведь и объекты устанавливаются тоже по какой-то причине — отнюдь не интуитивно. Стимулом может стать то, что взятый в качестве заглавного канал (журнал, сайт, жанр...) выделяется на сопоставимом для себя уровне, воплощает важную тенденцию, либо просто оказался прежде незамеченным, причем — незаслуженно (вариант: замеченным, но поданным превратно).

Однако первичный анализ проводится, с одной стороны, постоянно — при обычном восприятии происходящего в журналистике, а, с другой стороны, не включено и имплицитно, нецеленаправленно. Без эрудиции, информированности ли — в нашем случае: без представления о ситуации в СМИ определенного периода и на определенном участке медиаполя — невозможно потом обрести внимание. Чем больше впечатлений, тем больше возможностей. И все же само исследование начинается именно с сосредоточенности, отсутствие которой и порождает пресловутую описательность.

Фрагментарный подход, диктуемый отмеченными выше количественными характеристиками медийного материала, преобладает даже в узких темах, при выполнении сугубо локальных задач — например, при выяснении, как в публикациях подведомственной газеты выражается позиция учредителя. Допустимо, конечно, предположить, что автор и тогда займется фронтальным просмотром, но вряд ли такое решение окажется оправданным. Разумней действовать выборочно. Свои аргументы на этот счет, а также соображения относительно внутреннего устройства конкретных текстов СМИ, свои рекомендации относительно их рассмотрения на нескольких уровнях нам уже приходилось озвучивать³. Теперь хотелось бы обратиться к **явлениям**, которые в текстах реализуются.

В материале нащупывается проблема, желательно — наиболее значимая, острая для аудитории исследователя или критика, но и наиболее продуктивная с точки зрения прояснения характера самого представляемого материала.

³ См.: Страшнов С.Л. Особенности восприятия и анализ информационных медиатекстов / С.Л. Страшнов // Вестник Ивановского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки». — 2008. — Вып. 1: «Филология». — С. 57-71.

В отличие от анализа монографического⁴ — с его индуктивностью и относительной многосторонностью — аспектное постижение журналистики строится дедуктивно и доминантно.

При этом проблемность бывает не обязательно кричащей. Выдвигается, такая, например, с виду констатационная, тема: «Работа журналиста в пресс-службе». Однако и в ней таится внутренняя коллизия, исследовательская интрига, поскольку профессиональные принципы одного и ведомственные задачи другой, мало сказать: не совпадают — они во многом противоположны. Между тем именно в пресс-службы все чаще направляют свои стопы и выпускники журфаков, и даже бывалые сотрудники редакций СМИ. Драматическая перемена ролей и может стать основным предметом, основным аспектом изучения.

В других случаях проблема содержится уже в отправном понятии, особенно если оно противоречиво, амбивалентно или синтетично. При рассмотрении пропагандистских репортажей в партийной прессе, инфотейнмента на НТВ, глокализации в российской сетевой журналистике никак не минуешь конфликтов и взаимодействий, причудливых сочетаний. И опять-таки нельзя ограничиваться перечнем примеров — важно выявить смысл и последствия того, что возникает в итоге столкновения противоположностей (соответственно: воздействующего и сообщающего, развлекательного и информативного, всемирного и регионального). Вот отчего столь значима исходная теоретическая подготовка, богатый категориальный аппарат, не сводимый к трафаретному, до сей поры самому распространенному в студенческих и даже аспирантских работах разговору о жанрах и стилистике (причем нередко на уровне одних заголовков).

Но как быть, если в задании проблемная заявка отсутствует напрочь? А ведь подобное происходит сплошь и рядом, причем особенно часто в незавидном положении оказываются медиакритики и историки СМИ. Взявшись оценивать современную практику «Коммерсанта» или рассказывать об «Известиях» времен перестройки, автор как будто бы обречен действовать на ощупь. Но, дабы не принести неведомо что, ему стоит все же обзавестись компасом. В этом качестве — как минимум — могут выступить навигационная система, разработанная самой прессой, и контекстуальный подход.

К примеру, озадачившись, почему как читатель всем другим ежедневным газетам он предпочитает «Коммерсант», опытный редактор Г. Осипов сразу выделяет его в ряду аналогичных изданий, поскольку здесь лучше других представляют «подробности того или иного события»⁵. Затем этот тезис

⁴ См. об этом, например: Мыльцына И.В. О методике исследования одного номера журнала в системе годового комплекта / И.В. Мыльцына // Методика изучения периодической печати. Сб. ст. — М., 1977. — С. 90-97.

⁵ Осипов Г. Газета номер раз / Г. Осипов // Журналист. — 2009. — № 9. — С. 56.

последовательно мотивируется показателями полноты, эксклюзивности и оперативности информации, характерным для «Коммерсанта» выявлением важных тенденций в их человеческом измерении, наличием социальных полос, авторитетностью экспертных суждений и заметной сдержанностью журналистов (несмотря даже на их общероссийскую известность). Отмечаются и слабости — в частности, банальность Интернет-портала. В целом же речь ведется о методах работы и стиле представления материала, явленных в типичных публикациях, и обзор выглядит как обобщающее конкретный.

Историки журналистики тоже порой проблемы вынуждены не иллюстрировать, а находить, поэтому и в относительно локальных ситуациях они также предпочитают сравнивать. Исследователь «Известий» последних советских лет наверняка обратит внимание на место, занимаемое газетой по статусу, и проверит, соответствовало ли оно реальной практике. Для этого наиболее целесообразно сопоставлять материалы, написанные по сходным поводам и размещенные здесь и в «Правде», здесь и в «Московских новостях». В результате будет выясняться главное на тот момент — позиция издания по отношению к власти и аудитории, его характерный профиль. Задача осуществляется путем проведения структурно-содержательного анализа, который включает в себя постижение очень многого: от преобладающих функций до особенностей фоторяда и лидов. Именно так действовали лучшие наши историки прессы, и у них вполне могли бы поучиться медиакритики — с естественной поправкой на актуальность, оценочность и другие критерии собственного рода интерпретаций.

Получается, что даже в представленных случаях незаявленный аспект рано или поздно обозначается и проступает, но, разумеется, не автоматически, а при условии стремления и способности автора разбираться. Определение ракурса, таким образом, — ключевое звено исследований или, что еще, как мы убедились, ответственнее, — критических обзоров. Ему предшествуют ознакомительное осмысленное ориентирование, в ходе которого разумнее всего опираться на повторяющиеся и специфические оформление, рубрики, жанры и т.п. Полезен на данном этапе и контент-анализ — систематизация и количественная (по доминирующей проблематике) характеристика материалов. Однако некоторые отдельные публикации (программы) уже тогда стоит воспринимать с повышенным вниманием. Первоначальные представления и теоретическая компетентность позволяют исполнителю (нередко с помощью наставника) сформулировать исходный вариант темы, определиться с объектом и предметом обсуждения, его целями и задачами. Далее отбираются опорные понятия (обычно располагающиеся в области функций, факторов, а также типологии СМИ) и выдвигается рабочая гипотеза.

Последняя очень часто выглядит как помянутая выше исследовательская интрига, поскольку медиасфера чревата всевозможными противоречиями. Стало быть, интригу нет нужды выдумывать, но ее важно уловить, а затем диалектически уяснить. Так, на материале, гипотеза⁶ проверяется, обрастает доказательствами и превращается в концепцию. Ее постепенное утверждение бывает, разумеется, и многоаспектным, но убедительнее все-таки построения скорее более, чем менее определенные.

В большинстве своем стержневыми сейчас являются только что упомянутые подходы — функциональные, факторные и типологические. Первый предполагает характеристику одного или нескольких СМИ с точки зрения реализации ими собственного социального предназначения. Именно такая цель становится ведущей в названной теме «Инфотейнмент на НТВ» или при изучении научно-популярных программ радио «Россия», отдела расследований «Новой газеты», информационной политики «Евроньюс», направленности журналистских акций и т.д. Способ научно-критических действий в разработке подобных проблем достаточно очевиден: постигается, к чему в каждом случае журналисты стремятся; как они свои задачи решают и что реально у них всякий раз выходит; выясняется, что особенно волнует общественное мнение и на чем сосредоточены редакции. И при этом необходимо, разумеется, обнаруживать не только основные функции, но и почти неизбежно сопутствующие им явления дисфункциональности, искажения природной профессиональных установок.

Факторное, если будет позволено так выразиться, рассмотрение журналистики — самое многопрофильное. Прежде всего потому, что она во всех своих структурных модификациях испытывает на себе непрерывное и разностороннее воздействие и зависимо от условий научно-технических, экономических, социальных, правовых, политических, территориальных и даже психологических. Понятно, что исследования оказываются междисциплинарными по своему характеру, требуют от авторов, помимо безусловной медиакомпетентности, специальной подготовки в соответствующей сопредельной базовой науке. Например, тема «Русская православная церковь в светской прессе» неподъемна без религиозоведческих познаний, а «Особенности организации деятельности в деловом журнале» — без экономических. Видоизменяются и объекты исследования, и методики анализа. Так, студентка отделения журналистики, параллельно, кстати сказать, обучающаяся юриспруденции, остановила свое внимание на проблеме «Журналист как ответчик в суде», и главным источниками для нее стали материалы судебных разбирательств, а

⁶ Подробней о ней, а также о методах индукции, дедукции, сравнения и т.д. — см. в книге: Тертычный А.А. Логическая культура журналиста : учеб. пособие для вузов / А.А. Тертычный. — М., 2005.

главным аналитическим приемом — лингвистическая экспертиза. Тема «Рейтинги местного телевидения» решается на основе социологического изучения аудитории — стандартизированных персональных интервью по месту жительства респондентов, а тема «Выявление намерений личности в ходе восприятия информации» — на основе принятого в современной психологии специального метода, который называется интент-анализом.

За пределы информационно-творческой проблематики приходится выходить и тем, кто в качестве отправной берет типологию СМИ, потому что ее первичными признаками являются не только целевое назначение издания (канала, сайта), но также учредитель и аудитория. То есть и здесь следует учитывать целый ряд факторов от технических и экономических до социальных. И все же строится типологическая интерпретация по преимуществу с опорой на постижение признаков вторичных, к которым А. И. Акопов относит авторский состав, внутреннюю структуру, жанры, оформление, и формальных (периодичность, объем, тираж)⁷. Полный учет всех перечисленных элементов позволяет не только четко идентифицировать СМИ, но и расширить затем — на конкретном материале — представления о разных медийных моделях.

Скажем, свое дипломное сочинение «Спорт в изданиях различных типов» его автор обоснованно начинает с отнесения «Коммерсанта» к качественной, «Комсомольской правды» — к массовой, а «Спорт-экспресса» — к специализированной прессе. В дальнейшем же показывается, что соответствующие публикации первой газеты тяготеют к социально-экономическим трактовкам (обсуждаются допинг, доходность клубов и т.п.), второй — к сенсационно-развлекательным (личная жизнь спортивных звезд), а третьей — к информационно-профессиональным (голы, очки, секунды, перипетии соревнований).

Особое положение занимают работы, где явления постигаются в диахронии. Предметом изучения здесь становится динамика, а доминирующий подход можно обозначить как историко-генетический. Объектом являются материалы сходного вида, но относящиеся к разному времени («Эволюция публицистического обозрения»), а периоды отбираются и осмысливаются либо дискретно («Молодежные телепрограммы советской и постсоветской эпохи»), либо достаточно последовательно («Становление новостной службы на коммерческой FM-радиостанции»). Естественно, что в данном случае разговор тоже будет касаться (в зависимости от конкретной темы) и функций, и факторов, и типологии, однако акцент смещается в сторону развития явлений, и внутренние сравнения окажутся совершенно обязательными. Эффективной в таких исследованиях может оказаться логика исторической поэтики,

⁷ См.: Акопов А.И. Типология как метод научного познания : (в применении к исследованию периодических изданий) / А.И. Акопов // Современные проблемы журналистской науки : Ежегодн. сб. научн. ст. — Воронеж, 2007. — С. 20-21.

допускающая возможность использовать скрупулезное рассмотрение отдельного явления для выявления гораздо более общих закономерностей. А.Н. Веселовский давным-давно провозгласил, «что история эпитета есть история поэтического стиля в сокращенном издании»⁸, но почему бы не предположить, а затем не доказать, что, к примеру, через призму эволюции «толстых» литературно-художественных и общественно-политических журналов рельефно восстанавливается история идейного просветительства, а на основе телеобзоров — развитие современной медиа-критики?

Анализ аспектный не исключает, таким образом, постижения системного. Системный метод, наряду с некоторыми другими, справедливо толкуется Е.П. Прохоровым как один из сводных⁹, корректирующих и выводящих на более высокий, концептуальный уровень применение методов частных. Системность особенно необходима в собственно теоретических темах, где материал по определению не будет исторически ограниченным («СМИ как «четвертая власть», «Организационно-контролирующая функция журналистики» и т.п.). Но среди работ, посвященных журналистике, много (как, пожалуй, нигде) работ обратного — не фундаментального, а прикладного — типа. Таковы, в частности, творческие дипломные сочинения. Их темами становятся обоснование нового медиапроекта в области автомобильной, Fashion-журналистики и т.п. или выработанные в результате саморефлексии, на основе собственного опыта рекомендации, полезные в практике ведущего информационно-музыкальной радиостанции, оператора регионального телеканала. Впрочем, как несложно заметить, даже в этих случаях определенный аспект, угол зрения почти неизбежен, он помогает сконцентрировать внимание и продемонстрировать самое существенное.

Страшнов Сергей Леонидович, профессор факультета журналистики Ивановского государственного университета.

⁸ Веселовский А.Н. Историческая поэтика / А.Н. Веселовский. — Л., 1940. — С. 73.

⁹ См.: Прохоров Е.П. Исследуя журналистику: Теоретические основы, методология, методика, техника работы исследователя СМИ: учеб. пособие / Е.П. Прохоров. — М., 2005. — С. 82-101. См. также: Корнилов Е.А. Проблемы применения системного подхода к изучению журналистики / Е.А. Корнилов // Методы исследования журналистики. — Ростов-на-Дону, 1984. — С. 27-39.

Моделирование в журналистике

Моделирование применяется практически в каждой области человеческой деятельности и является показателем профессиональной состоятельности субъектов деятельности, её эффективности¹. Не обошёл этот процесс и журналистику, которая постоянно меняется под воздействием внешних и внутренних обстоятельств. Субъективный фактор также важен: практики, стремясь оптимизировать свою деятельность, внедряют принципы НОТ, создают редакционные документы, представляющие, по сути, набор моделей (этико-правовая, финансово-экономическая, организационная, композиционно-графическая и др.). «Но в целом журналист, редакция, профессиональная корпорация, то есть производственники, способны выступать скорее, как сила, реализующая прогрессивные методологические концепции, чем как их разработчики или даже компетентные «системные» критики»². «Многогранную и общественно необходимую модель журналистики способна вырабатывать наука как, в идеале, наименее подверженное конъюнктуре средоточие мысли. Именно от нее должны исходить программные идеи и рекомендации, которые в дальнейшем образуют концептуальный фундамент и редакционной практики, и долговременной государственной политики»³.

Существует масса видов моделирования: информационное, логическое, психологическое, структурное и др. Процесс моделирования — многоэтапный и циклический — вполне применим в журналистике, в которой много повторяющихся операций. Можно моделировать процесс создания журналистского произведения, подготовки и выпуска СМИ, структуры его содержания и оформления и т.д., и каждая модель будет отражать одну из сторон объекта — журналистики как многопланового феномена.

Сегодняшние СМИ реально конкурируют в глобальном информационном поле, и поэтому, например, для редакционно-издательского маркетинг-менеджмента крайне важен прогностический подход, тем более что моделирование рынка, бюджетирование, бизнес- и тематическое планирование (сетевой график) и др. давно и успешно применяются в качестве инструментов управления бизнесом, коллективом и творческим процессом дирекциями и редакциями СМИ.

¹ Конечно, моделирование как особый метод познания прежде всего взяла на вооружение наука, исследующая объекты познания на их моделях, занимающаяся созданием и изучением моделей процессов или явлений для объяснения или даже предсказания (прогнозирования) исследуемых явлений.

² Корконосенко С.Г. Теория журналистики: моделирование и применение: учебное пособие / С.Г. Корконосенко. — М.: Логос, 2010. — С. 83.

³ Там же.

Принципы журналистской деятельности, профессионально-этические стандарты, опирающиеся на существующее законодательство о средствах массовой информации, формулируются и внедряются в практику редакционной деятельности СМИ определённого типа, ориентирующегося на определённую аудиторию. Описательные и физические модели фиксируют различные аспекты деятельности творческих, коммерческих и технических работников и результатов их совместного труда.

Системный подход предполагает контроль за функционированием моделей, их корректировку и совершенствование. Изменяющиеся условия функционирования модели фиксируются, как и «поведение» той или иной модели. На заключительном этапе новые знания используются для совершенствования оригинала (структурно-содержательных характеристик конкретного СМИ), проводятся повторные практические проверки в целях дальнейшего преобразования объекта моделирования и управления им.

Журналистика как объект моделирования

Журналистика может рассматриваться в самых различных аспектах: как особый социальный институт; как система различных учреждений; как комплекс каналов передачи массовой информации; как система видов деятельности, совокупность профессий и специфических произведений. Журналистика не есть что-то монолитное — она так же текуча, как и объект её воздействия — массовое сознание, общественное мнение. Тем более количество СМИ неуклонно растёт, появляются все новые и новые каналы массовой коммуникации. Сумма субъективных мнений и составляет содержание журналистики, представляющей собой, по сути, процесс (диалог, дискурс) — противоречивый и нередко конфликтный. Возможность выдавать оценки как в явной, так и в неявной форме (выбор тех или иных фактов, рассмотрение их в определённой последовательности уже — тенденция) оставляет место для манипулирования общественным мнением как способом существования массового сознания. Деятельность недобросовестных журналистов приводит к формированию неверных социальных установок, к готовности действовать вразрез с интересами общества.

Но журналистика — саморазвивающаяся система, преодолевающая различные барьеры технологического, правового, экономического и др. характера. Внутренние, внешние и субъективные факторы могут либо способствовать развитию журналистики, либо заметно сдерживать этот процесс. Суть эффективной информационно-политики, задача создания которой возложена на государство (тем более — на социальное государство, каковым, по Конституции, провозглашена Российская Федерация), и состоит в том, чтобы создавать условия для оптимизации одного из важнейших духовно-практических видов деятельности, чтобы эти барьеры не имели искусственного и непреодолимого характера.

Журналистская информация — это социальная информация, обработанная профессионалами в редакциях СМИ с целью быстрее её поступления к потребителю, облегчения её восприятия и сильнеешего воздействия на потребительскую аудиторию (читателей, радиослушателей, телезрителей). Имея двойственную — духовно-практическую — природу, журналистская информация воздействует на сознание человека (побуждает его к определённой деятельности, влияет на его представления о мире, помогает ориентироваться в жизни), являясь при этом специфическим товаром, представленным на информационном рынке. В духовном отношении журналистская информация характеризуется *идеологической заостренностью* (идеи, взгляды, нравственные, политические и др. ценности); в социально-управленческом отношении — *документализмом* (опора на достоверные факты, точность в отображении явлений и тенденций общественного развития). Это и определяет особенности журналистского труда.

Индивидуально-коллективный характер журналистского труда проявляется в том, что каждый информационный продукт в виде текстового или иллюстрационного оригинала, подготавливаемый журналистом, перед тем как быть опубликованным, проходит коллективную обработку. Личность журналиста может проявляться на всех этапах его деятельности — от выбора темы до написания авторского текста, но даже тема будущей публикации иногда подсказывается на планёрке, а оригинальный текст журналиста воспринимается аудиторией в сочетании с текстами других журналистов на данную или близкую тему, завёрстанными на одной газетной (журнальной) полосе.

Производственно-творческий характер журналистского труда также очевиден. Создание оригинального информационного продукта — всегда акт творчества, но при этом журналист работает по определённому плану и жёсткому графику. В редакции бумажного СМИ рукописный текст проходит через участок набора, соответствующий отдел, секретариат, группу выпуска (макет, оригинал-макет), типографию. В редакции электронного СМИ — своя специфика публикации, связанная с технологией аудио- или видеозаписи и эфирной трансляцией.

К особенностям журналистского труда относят и *оперативность, непрерывность, универсальность в сочетании со специализацией*, которые определяют специфику редакционного коллектива и редакционной работы.

Редакционный коллектив — это трудовой коллектив, отличающийся тем или иным отношением к собственности⁴. В настоящее время в РФ преобла-

⁴ В России признаны и гарантированы Конституцией различные формы собственности (закондательно урегулированные имущественные отношения, характеризующиеся закреплением имущества за определённым собственником на праве собственности): государственная, муниципальная и частная собственность и др.

дают государственные СМИ, частных СМИ намного меньше и почти нет общественных. Помимо *формы собственности* существует и такой вид социально-экономического критерия различения трудовых коллективов, как *вид общественного труда*. Согласно ему редакционный коллектив, костяк которого составляют журналисты (есть еще технические работники), относится к непроекционной сфере и связан прежде всего с духовным производством.

Помимо *функциональной* структуры (служебные обязанности работников), в редакции выделяются *профессионально-квалификационные, организационные, социально-демографические и социально-психологические структуры*. При этом в любом коллективе складываются *формальная (официальная) и неформальная (неофициальная) структуры*. Первая отражает распределение профессиональных ролей, систему субординации, вторая — систему межличностных связей и отношений, имеющих в основном социально-психологическое содержание. Крайне важно, чтобы формальная и неформальная структуры не слишком отличались — в противном случае возможны явные и скрытые конфликты, что будет негативно отражаться на эффективности редакционной деятельности.

Моделирование и маркетинг-менеджмент печатной журналистики

В советское время для журналистики была характерна ситуация, которую экономисты обозначают как «рынок продавца», «домаркетинговая эпоха», когда конкуренция между СМИ практически отсутствовала, выбор ассортимента был небогат, а то, что пользовалось популярностью, характеризовалось уровнем чрезмерного спроса, называемого в обиходе дефицитом. Сегодня можно выделять и рассматривать виды пресс-рынков: *международный, региональный, местный и рынок СМИ определенного типа*. Следовательно, перед маркетологами от журналистики также встает одна из основных задач — определение емкости конкретного рынка. На практике мы уже сталкиваемся с понятием «*бесплодного рынка*», когда, например, газета не получает никаких перспектив для реализации тиража; «*рынка специализированных изданий*», когда газета ориентируется на заранее известную целевую группу воздействия; «*основного рынка*», когда потребительская аудитория является массовой, а также «*дополнительного*», «*растущего*», «*потенциального*», «*элитарного*» и других рынков. Именно с изучения рынка должна начинать редакция, разрабатывающая или уточняющая концепцию издания («товарную политику»).

Существует несколько концепций управления маркетингом: *совершенствование производства; совершенствование товара; интенсификация коммерческих усилий; концепция маркетинга и концепция социально-этичного мар-*

кетинга. Считается, что вся деятельность в сфере маркетинга должна осуществляться в рамках какой-то единой концепции. Что же касается сферы массовой коммуникации, то, на наш взгляд, следует заимствовать все лучшее из перечисленных подходов, делая акцент на какой-то одной концепции, исходя не только из конкретных социально-экономических и политических условий, сложившихся в стране, регионе, но и учитывая особенности конкретного рынка, стадию «жизненного цикла» товара (в нашем случае — СМИ).

Понятие качества издания несет в себе некую субъективную составляющую, но в журналистике все же существуют эталоны, позволяющие и объективно оценить уровень издания. Поэтому концепция совершенствования товара подходит не только элитарным СМИ, но и популярным, специализированным и др.

Без значительных усилий в сфере сбыта и стимулирования (концепция интенсификации коммерческих усилий) трудно сегодня представить успешное издание, как минимум два раза в год — в период подписных кампаний — стремящихся напомнить о себе постоянным читателям, заботящимся о расширении читательской аудитории.

Концепция маркетинга, предполагающая «определение нужд и потребностей целевых рынков и обеспечение желаемой удовлетворенности более эффективными и более продуктивными, чем у конкурентов, способами» (Ф. - Котлер), является нынче особенно популярной, и перед выпуском новой газеты такие мероприятия считаются строго обязательными.

И наконец, социально-этичный маркетинг, идеи которого прямо соотносятся с целями и задачами журналистики, призванной действовать во имя интересов общества. На наш взгляд, специфика редакционно-издательского маркетинга и заключается в учете прежде всего экологических, этических, эстетических аспектов⁵.

В принципе владельцы, издатели уже на самом первом этапе должны принимать решение о доли «товарности» их будущего информационного продукта. Если газета уже давно издается, важно усвоить и представлять в полном объеме ее особенности; если задумывается новое издание, необходимо

⁵ В нашем случае следует говорить о динамической составляющей «процесса потребления» в массовой коммуникации — действительно, влияние СМИ имеет «кумулятивный» характер: читатель, потребляя информацию, не сразу меняет свои мнения, а по мере накопления той самой информации, приобретающей в результате иное качество. Любая новая информация преодолевает некий психологический барьер, и если телевизионным журналистам легче преодолеть сопротивляемость аудитории (одновременное информационное, эмоциональное, психологическое воздействие на слух, зрение, сознание), то журналистам-газетчикам требуется более длительный период, чтобы убедить читателя в правоте своей позиции (правда, здесь есть и свои преимущества: убежденность, достигнутая таким образом, более надежна и стойка во времени; газетные тексты хранятся дольше, что повышает вероятность повторного воздействия и т.д.).

создать модель его содержания и формы. И здесь есть два пути: учет читательских потребностей и формирование этих потребностей. Для прессы оба являются важными. Если газета ориентирована на читателя и только на него, для редакции становится крайне важным не только определить свою информационную нишу, но и выделить целевую аудиторию, постоянно изучать ее потребности и таким образом выстраивать политику печатного органа, чтобы удовлетворять эти потребности и нужды.

Исследование рынка означает установление потенциальной емкости читательского рынка, характера и размера спроса на газету. Зная, в каком регионе будет распространяться наше новое издание, следует заняться поиском данных об общей численности населения, о распределении жителей в регионе, о демографической ситуации, провести анализ социальных характеристик населения, их профессиональной структуры, представить картину экономической и культурной жизни региона. Эти данные помогут поделить рынок на группы потребителей, то есть провести *сегментирование рынка*. Анализ реальной аудитории (для нового издания — потенциальной аудитории) крайне важен: кто, где, что, как читают, где выписывают, а где покупают газеты в киосках...

Итак, нужно знать свою аудиторию. Например, кто сегодня является читателем молодежной газеты? Кажется бы, вопрос риторический. Молодежь. Но какая? Каковы возрастные рамки? Каково социальное положение? Профессия? Место жительства? Сфера деятельности? Политические взгляды? Увлечения? Пол? Психологические характеристики? Размер, стаж семьи, доход, образование, религия?.. Чтобы ответить на эти вопросы, нужны серьезные и постоянные исследования. Хотя бы с помощью анкет, публикуемых в самой газете, хотя бы при помощи телефонных опросов, но лучше — с помощью профессиональных социологов.

Определив рыночную нишу (где газета продается — значит, читается! — легче), редакция приступает к моделированию сегмента рынка, т.е. определению совокупности потребителей-читателей, одинаково реагирующих на один и тот же набор побудительных стимулов маркетинга.

Например, молодежь определяется в следующих возрастных рамках: 15—35 лет. Можно представить более дробную картину: 15—17, 17—20, 20—25, 25—35. Выбрать городского или сельского читателя или же ориентироваться на тех и других, но представлять размер той и другой аудитории. Можно продекларировать ориентацию на активных людей, учащуюся или рабочую молодежь и постепенно прийти к обобщенному портрету будущего (желанного) читателя, портрету-прогнозу.

Но этот портрет будет явно неполным, если мы ограничимся исследованиями социально-демографических характеристик аудитории (возраст, пол, образование, доход, национальная принадлежность) — сегодня гораздо важ-

нее выявить психологические группы читателей («старомодные», «индивидуалисты» и т.п.). Изучая референтные группы, профессиональные психологи могут представить заказчикам (конкретным редакциям) развернутые данные о преобладающих «стереотипах целевой аудитории, об уровне и характере самооценки, направленности личности, уровне тревожности, внушаемости и агрессивности, о замкнутости или общительности, интеллекте, эмоциональной устойчивости, о степени нормативности поведения, консерватизме или стремлении к новому, конформизме, ценностных ориентациях, мотивационной сфере и других базисных свойствах личности»⁶, которые могут быть с успехом использованы в процессе моделирования как газеты в целом, так и деятельности отдельного журналиста — при выборе тем и проблем будущих публикаций, при корректировке методики профессионального творчества (сбор информации, общение с героем, язык публикации, тон изложения), при определении стилевой доминанты дизайна.

После этой многотрудной работы нужно уточнить постоянные рубрики, разделы, тематические подборки и страницы, спецвыпуски, приложения. То есть перейти к *позиционированию*, определению характерных черт «товара», отличающих его от аналогичных «товаров-конкурентов», заняться анализом конкурентоспособности бренда на целевом рынке — SWOT-анализом (преимуществ — strengths, недостатков — weaknesses, возможностей, шансов — opportunities, угроз, рисков — treats вследствие изменений в микро- и макроокружении).

Позиционирование СМИ (информационного продукта, товара) — процесс определения места нового СМИ в ряду существующих, то есть установление области его влияния наряду с другими СМИ, возможности вытеснения им старых СМИ и конкуренции с ними. Позиционирование, основанное на научном подходе, позволяет дифференцировать СМИ среди тех, с которыми он конкурирует, и крайне важно для разработки выигрышной маркетинговой стратегии.

Команда выработывает формулу издания, модель содержания, рекомендации по характеру информирования, выбору определенного тона, особенностей языка, на котором придется говорить со своим читателем, дизайна («упаковки»)...

Итак, редакция, рассматриваемая как производственно-творческий коллектив, может ориентироваться в своей деятельности либо на «*производство*» информации в виде газетного, журнального номера, телевизионной, радиопередачи (программы), либо на *потребителя*, то есть на современный маркетинг, играющий координирующую роль в комплексе взаимосвязанных процессов производства, сбыта и распределения специфической журналистской продукции. Хотя, на наш взгляд, именно своеобразие «продукта интеллектуального труда» (информация — и цель, и средство) вызывает необходимость сочетания двух вышеозначен-

⁶ См.: Ершова И.В. Психодиагностика личности и что она дает создателям рекламы // Журналистика и социология-95. — С. 45.

ных подходов. Журналистика одновременно учитывает и формирует общественное мнение через целевые группы воздействия, «читательское ядро» своей аудитории. Реализация товара в сфере массовых коммуникаций не ограничивается, например, покупкой издания или просмотром-прослушиванием передачи — важно, чтобы реципиент адекватно воспринял, оценил, понял то, что передает коммуникатор (журналист). Ключевой фактор любой маркетинговой политики — выбор товара. Для журналистики это означает точное определение типологии издания, то есть научный анализ и учет типформирующих признаков при создании концепции, а затем и модели конкретного издания.

Управление редакцией и управление творческим процессом — две стороны *редакционного менеджмента*⁷. Редакционный менеджмент эффективен, если также представляет собой системную деятельность. Просчеты многих редакций российских газет связаны как раз с тем, что они не следуют системе, разрушая то один, то другой ее элемент. Возможно, не реализуются стопроцентно коренные функции менеджмента (*планирование, организация, руководство, контроль*) или же управленцы не обладают полным набором обязательных для них качеств (*концептуальное мастерство, мастерство принятия решений, аналитическое, административное, коммуникационное, психологическое и техническое мастерство*). Нередки ошибки при отборе журналистов, при определении и использовании их возможностей, интересов, при распределении ответственности между творческими и техническими работниками, между корреспондентами и управленцами низшего, среднего и высшего звеньев.

Выделяется несколько уровней редакционного менеджмента: *высший* (главный редактор, его заместители, ответственный секретарь), *средний* (руководители отделов и служб), *первый* (руководители временных творческих групп). Корреспонденты относятся к *неуправленческому служащим*. Менеджеры высшего звена сосредоточивают свои усилия на функции планирования, менеджеры среднего звена — на функции контроля, менеджеры первого уровня — на функции руководства.

Рассмотрим составляющие управленческого мастерства на примере главного редактора СМИ.

Концептуальное мастерство — способность главного редактора понимать перспективу организации как целого, представить себе общую картину. Это качество проявляется прежде всего при определении общего идейно-тема-

⁷Есть различные определения менеджмента: менеджмент — способ, манера обращения с людьми, власть и искусство управления, особого рода умения и административные навыки, орган управления, административная единица. Менеджмент — это процесс оптимизации человеческих, материальных и финансовых ресурсов для достижения организационных целей. Под процессом понимается система действий, предпринимаемых менеджерами и реализующих четыре основные функции — планирование, организация, руководство и контроль. Менеджмент — это искусство получения работы, сделанной посредством других.

тического направления СМИ («формула СМИ») и выработке системы моделей (модель содержания, модель оформления, организационная модель и др. модели), помогающих оптимально выявлять определённый тип СМИ и являющихся эффективным инструментом управления редакционной деятельностью.

Мастерство принятия решений — способность менеджера выбрать подходящий курс действий из двух или более альтернатив. Это качество востребовано почти ежедневно, но особенно важным оно становится в некие поворотные моменты (запуск нового СМИ, ребрендинг, уточнение концепции перед подписной кампанией).

Аналитическое мастерство — способность правильно использовать научные и количественные подходы, технику и средства для решения управленческих проблем.

Административное мастерство — способность исполнять организационные правила, предписанные в редакционном процессе; эффективно действовать в пределах ограниченного бюджета, а также координировать поток информации и бумажной работы внутри редакции.

Коммуникационное мастерство — способность передавать свои идеи и мнения другим, как в устной, так и в письменной форме (эффективно проводить собрания, планёрки, летучки, писать чёткие письма и пояснительные записки, умело говорить по телефону и др.).

Психологическое мастерство — мастерство «человеческих отношений», способность эффективно взаимодействовать с другими людьми, как внутри, так и вне редакции.

Техническое мастерство — особая компетенция для исполнения тех или иных заданий.

Эффективный управленец должен уметь распределять (моделировать) рабочее время, в течение которого он выполняет самые многообразные обязанности: планирование; решение проблем; принятие решений; контроль; неформальное и устное общение; общение с вышестоящими лицами; ответы на запросы подчиненных; развитие и обучение подчиненных; написание писем и деловых бумаг; создание и поддержание мотивационной атмосферы; распределение времени; посещение заседаний, совещаний; деловые консультации с подчиненными; представление редакции; деятельность по налаживанию коммуникационных связей; чтение и самообразование и др. Что-то из вышеперечисленного приходится делать ежедневно, что-то — периодически.

Можно выделить ключевые характеристики эффективного редакционного менеджмента:

1. Понимание специфики журналистской информации и журналистского труда.

2. Учёт мнений аудитории (разнообразие информации, поставляемой оперативно и в срок).

3. Уважение к работникам (творческие и технические работники — главный источник качества СМИ, источник новых идей).

4. Поощрение самостоятельности, предприимчивости, оправданного риска и поддержка интересных начинаний.

5. Ориентация на действие, на достижение успехов (эффективность и действенность публикаций).

6. Связь с жизнью, ценностное руководство.

7. Верность своему делу.

8. Простота формы, минимальный штат управления.

9. Свобода и жесткость одновременно (централизация и децентрализация одновременно).

Принципы организации работы редакции сложились на основе общих принципов журналистской деятельности: *ясности, чёткости позиции СМИ; объективности и демократичности.*

Ясность и чёткость позиции проявляется в «формуле СМИ», которую добровольно поддерживает каждый журналист. «Формула» может быть обозначена достаточно широко («служение обществу», «исполнение общественной миссии» и т.п.) или более конкретно прописана в Уставе редакции.

Объективность предполагает стремление как можно более точно отражать факты и явления текущей действительности, опираясь на различные источники информации, применяя процедуры проверки и перепроверки данных.

Демократичность означает ориентацию на широкий авторский актив, налаженную обратную связь с аудиторией, создание демократичной атмосферы внутри редакционного коллектива.

Первая группа принципов направлена на обеспечение *централизации* в деятельности редакционного коллектива.

Разделение труда позволяет точно очертить сферу полномочий и ответственности каждого подразделения и сотрудника, что позволяет разумно планировать работу, организовать рабочий процесс, руководить им и контролировать его результаты. Отсюда — возможность нормировать журналистский труд (количество публикаций, строки, эфирное время), сравнивать результаты труда и поощрять работников (профессиональное соревнование, моральные и материальные стимулы).

Личное руководство выражается в форме единоначалия. Каждый руководитель руководит сотрудником или сотрудниками, лично отвечая за их деятельность перед вышестоящим или вышестоящими работниками.

Принцип цельности, законченности творческого процесса создания журналистского произведения проявляется в том, что каждый журналист

сам создаёт своё произведение: пишет текст, определяет его структуру (лид, вынос в тексте и др.), придумывает заголовок, и другие элементы заголовочного комплекса, вычитывает оригинал, сдает его в отдел и т.д.

Вторая группа принципов направлена на обеспечение *демократичности* в деятельности редакционного коллектива.

Принцип коллективности проявляется в системе подготовки публикаций, обсуждении работы редакции на планёрках и летучках, а также в работе редакционных коллегий и редакционных советов.

Участие авторского и читательского актива — необходимый момент в деятельности редакции, стремящейся быть ближе к аудитории.

Модели управления конкретизируются в связи с особенностями и масштабом целей и задач той или иной редакции, но любая из моделей должна зиждиться на принципах управления, которые вырабатывались человечеством на протяжении многих веков (классическая школа — НОТ и административный управленческий подходы; школа человеческих отношений; управленческая научная школа «количественного анализа», связанные с именами Ф. Тейлора, А. Файоля, М. Вебера, М. Фоллетта, Э. Мэйо и др.).

Сегодня в редакциях:

занимаются научным отбором сотрудников, прибегая к анализу анкет, формальному и неформальному тестированию (проверяются общая культура и грамотность, профессиональная готовность, знание иностранных языков и умение пользоваться компьютерной и другой современной техникой, физическое и психическое здоровье, знание основ экономики СМИ);

обучают или повышают квалификацию сотрудников непосредственно в редакции, на специальных семинарах, курсах, предоставляя возможность получить профессиональное образование в вузах;

заботятся о наиболее полном раскрытии способностей при разделении труда в рамках определенной специализации;

понимают важность побудительных мотивов заработной платы, создавая эффективную систему материального, морального стимулирования, основанную на справедливом распределении ответственности между рядовыми сотрудниками и управленцами;

создают условия для проявления инициативы и укрепления корпоративного духа.

В некоторых редакциях намеренно деперсонализируют управленческие функции, узаконивая безличные и применяемые во всех случаях официальные обязанности каждого из сотрудников, подобранных на основе их квалификации и работающих по определенным правилам, назначая на должности наиболее подходящих лиц, фиксируя заработную плату должностных лиц, не являющихся собственниками СМИ.

Различают пирамидальную и плоскую структуры редакций⁸. И у той, и у другой есть свои достоинства и недостатки. Первая предполагает полное разделение труда, единоначалие, персональную ответственность, и это — плюсы; к минусам же отнесем медленное прохождение информации самого различного характера, что отражается прежде всего на оперативности принятия решений, выпуска издания в целом. При плоской структуре экономятся средства, управленческая и собственно журналистская информация оборачивается быстрее, но резко возрастает нагрузка на управленцев.

К сожалению, очень многие редакции местных газет, даже имеющие солидный штат и устоявшуюся систему отделов, все чаще обращаются ко второму типу структуры, нередко неся при этом серьезные потери. Ведь настоящий отдел газеты — это мини-редакция со своим штатом корреспондентов и заведующим, занимающимся долгосрочным, оперативным планированием и контролем выполнения плана публикаций по определенным тематическим направлениям. Профиль отдела находит отражение в наборе рубрик отдела, тематических подборок и страниц, в наличии постоянного актива внештатных корреспондентов, своей почты. Отдел, как правило, занимает одну или несколько комнат редакции, имеет телефоны, другие средства связи, оргтехнику, собирает библиотечку, ведет свой архив. Такому коллективному объединению довольно просто реализовать любой редакционно-издательский проект, в том числе и наладить выпуск отдельного приложения.

С другой стороны, следует признать, что небольшие редакции вынуждены придерживаться плоской структуры, распределяя обязанности между небольшим количеством сотрудников. И здесь важно еще раз подчеркнуть следующее: читателю совершенно не интересно знать, какова величина и структура редакционного коллектива, предлагающего ему продукт своей деятельности — конкретную газету. Читатель и к местным газетам предъявляет по сути те же требования, что и к центральным, ведь все они конкурируют на одном информационном поле. Тем более повышается значение научного подхода к организации деятельности малых редакций, то есть к редакционно-издательскому маркетингу и менеджменту.

Итак, современная редакция — это научно управляемый коллектив, действующий по принципам системности, ритмичности и цикличности, применяющий различные научные методы для реализации поставленных целей и задач. Например, с помощью метода *линейного программирования* в редакции газеты могут создать наиболее оптимальную тематическую структуру издания (рубрики, тематические подборки и страницы), определить набор специальных приложений, виды дополнительной деятельности (издательская деятельность, ис-

⁸ См.: Гуревич С.М. Экономика средств массовой информации. — М., 1999. — С.162-165.

следования отдела маркетинга или сектора рекламы), выбор киосков, которые с наибольшей вероятностью реализуют определенную часть тиража... Метод *деловых игр* позволяет спрогнозировать реальные «хозяйственные ситуации» и находить варианты разрешения проблем конкуренции. Теория *массового обслуживания* используется в рамках конкретно-социологических исследований (анкетирование, телефонные опросы и т.п.) читательской аудитории. *Моделирование* процесса журналистского творчества, структуры редакции, тематики, оформления газеты, процесса выпуска и реализации номеров и др. помогает выработать наиболее рациональную стратегию маркетинга, сократить до минимума объем издержек. *Сетевое планирование* (сетевой график) уже многие годы применяется в редакциях, придерживающихся НОТ, а в электронных СМИ стабильная сетка вещания вообще — главное условие эффективной работы. Методы *теории связи*, изучающей эффективность информационных и коммуникационных потоков внутри заданных систем, с успехом применяются как при анализе механизма обратной связи, так и при совершенствовании информации и связи внутри организационной структуры редакции.

Журналистика стремительно меняется. Прежде решающую роль играли внутренние возможности (кадровые, производственные ресурсы); общие ресурсы редакции увязывались с требованиями журналистского творчества и производства. Газеты завоевывали престиж благодаря квалификации журналистов («золотых перьев», «звезд»). Теперь важны и внешние рыночные возможности — общие ресурсы редакции увязываются с возможностями рынка. Стратегическое планирование (оргмодель, КГМ, бизнес-план) стало требованием дня, приоритетным направлением маркетинга и менеджмента редакции; оно, осуществляемое «по науке», позволяет удержаться в конкурентной гонке, а, возможно, стать лидером, законодателем моды.

В 1999 году фондом «Евразия» был поддержан проект создания методических рекомендаций по составлению и реализации бизнес-планов редакции. Автор проекта, считая бизнес-план ядром управления предприятием, дает ему следующее определение: «это продукт внутренней управленческой деятельности, потребителем которого, помимо команды предприятия, могут стать инвесторы, кредиторы, деловые партнеры, но только при условии вашего личного первоначального успеха, закрепленного во времени, подтвержденного экономически и психологически»⁹. Крайне ценное для действующих профессионалов учебное пособие включает следующие разделы: предмет бизнес-плана (свойства, типология планов, предварительные мероприятия); структура бизнес-плана (резюме, уровень развития предприятия, анализ целевого рынка, конкуренции, стратегии маркетинга, план производства, менеджмент и орга-

⁹Иваницкий В.Л. Бизнес-план редакции. — М., 1999. — С. 4.

низация, долгосрочное развитие, риски и стратегия выхода, финансовый план, логистика); расшифровка структуры бизнес-плана, включая и такие параметры — график производства, себестоимость и стандарты единицы продукции, операционная политика, таблица функционально-должностных обязанностей и таблица планирования рабочего дня. Любое издание, стремящееся закрепиться на рынке, быть экономически состоятельным, а значит, независимым, должно придерживаться описанной выше методики.

Аудитория печатных СМИ

В условиях массовой — опосредованной, а не личной — коммуникации СМИ могут лишь прогнозировать характер и размер аудиторных сегментов, их информационные ожидания и реакцию на свою редакционную политику. Некоторые характеристики аудитории типичны, повторяемы, что в какой-то степени облегчает процесс моделирования. Но апелляция к совокупности социальных ролей осложняется многовариантностью сочетаний ментальных, региональных, половозрастных, социально-профессиональных и др. характеристик реципиентов. Сложность заключается в том, что информация всегда потребляется индивидуально, а каждый индивидум, помимо того, что несёт на себе «массовый отпечаток», тем не менее, представляет собой личность с особой психографией.

Журналисты используют существующие или заказывают специальные исследования устойчивых социально-демографических и социально-психологических характеристик аудитории, чтобы представить для себя «силуэт читателя» (зрителя, слушателя) и сделать процесс информационного воздействия более эффективным и действенным. Но журналистика сама по себе является нелинейным процессом, связанным со сложнейшим нематериальным феноменом, каковым является информация, по-особому потребляемая, и просчитать результаты этого потребления возможно лишь до определённой степени. Конечно, немаловажную роль здесь играют журналистский опыт и интуиция, что позволяет говорить об искусстве режиссуры СМИ — будь то газета, телеканал или интернет-портал (сфера менеджмента).

Под аудиторией СМИ традиционно понимается совокупность получателей сообщения, общего для всех ее членов, представляющая собой социальную группу, локализованную в пространстве и во времени, имеющую внутреннюю структуру и предполагающую взаимодействие ее членов¹⁰. Эта достаточно масштабная аудитория, насчитывающая от нескольких сот читателей у многотиражных газет — до миллионов зрителей у федеральных и международных телеканалов, характеризуется *аморфностью* и *анонимностью*. Она *рассеяна в пространстве и во времени, неоднородна* (гетерогенна), *изолирована* (процесс

¹⁰ http://mirslouvrei.com/content_soc/AUDITORIJA-SMI-10968.html

потребления информации индивидуален), *текуча и изменчива* (под влиянием СМИ может либо быть устойчивой, либо расширяться, либо сужаться).

Если рассматривать аудиторию с точки зрения маркетинга, то аудитория СМИ представляет собой *рынок потребителей* журналистской, рекламной, PR- и др. информации.

По степени вовлеченности в процесс коммуникации аудитория может быть *потенциальной и фактически получающей сообщения*; с точки зрения активности в процессе коммуникации аудитория — и *объектом влияния* со стороны СМИ и *субъектом влияния на СМИ*, а также *источником и даже создателем части их контента*. В условиях свободы печати аудитория становится *субъектом гражданского воздействия и контроля за деятельность СМИ*. Сегодня, при развитии Интернета, блоггерства, вовлеченность аудитории в творческую работу становится одним из важнейших путей повышения популярности, востребованности и, в конечном счете, эффективности и действенности конкретного СМИ. При этом первоочередной задачей становится выявление степени удовлетворения информационных потребностей аудитории.

Та редакция, которая смогла воспитать не просто «почитывающего читателя», а взаимодействующего с журналистикой и журналистами, может надеяться на сотворчество журналистики и аудитории. Не одностороннее воздействие, не монологичная, а — диалогичная, полилогичная журналистика, и в результате — реальный дискурс, в ходе которого настоящая жизнь не вытесняется из предмета отражения, а становится объектом пристального внимания¹¹. Конечно, активные читатели не являются выразителями дум всей аудитории, но они, во-первых, катализируют многие новации в информационной политике, во-вторых, облегчают процесс информационного взаимодействия: ведь СМИ не только подпитываются общественным мнением, но и формируют его. Благодаря реакции активных читателей на те или иные акции газеты или журнала внимание основной массы аудитории не просто задерживается, но и удерживается.

Редакционная политика должна не тешить самолюбие владельца и издателя, а удовлетворять читательские потребности. В России же в настоящее время огромное количество государственных СМИ, редакторы которых считают свою миссию выполненной, если учредителя (областную, городскую или районную администрацию) устраивает редакционная политика. Читательское мнение, по сути, игнорируется, и в результате мы являемся свидетелями мощного падения тиражей печатных периодических изданий.

¹¹ Считается, что читатели ждут новостей, прямо или косвенно относящихся к делам читателей, к их быту, отдыху и т.д.; сообщений, касающихся «жизни» денег (заработная плата, пенсия, цены); сообщений о конфликтах между человеком и природой, государствами, объединениями людей, отдельными людьми; оперативных оценок и комментариев.

Потребность в информации — одна из важнейших в спектре человеческих потребностей: ведь и сама социальная система, по сути, является информационной системой (благодаря информации взаимодействуют её подсистемы и элементы, осуществляются различные виды человеческой деятельности). Отмечается и самоценность потребности в информации, связанной и обеспечивающей процесс мышления. Потребность в информации имеет не только объективную природу, но и субъективную сторону, проявляющуюся в том, что по мере социализации индивидум начинает избирательно обращаться к информации (тематические же интересы — это субъективное отражение и выражение информационных потребностей). Но чем разнообразнее жизненные потребности человека, тем разнообразнее его информационные интересы; чем регулярнее и глубже контакт с источниками информации, тем шире познания человека, позволяющие ему сформировать системный взгляд на многие процессы, видеть тенденции и закономерности явлений и событий. Возможность понимать логику происходящего приносит удовлетворение человеку, вселяет в него уверенность как в члена общества, социальной и профессиональной группы. Вот почему проблема *воспроизводства думающей аудитории СМИ* становится едва ли не важнейшей сегодня: актуальная информация декодируется лишь в том случае, если опирается на базовую — системную — информацию. Именно тогда возникает аудиторный интерес: читатель, зритель, слушатель «укладывает» новый факт в систему известных фактов, считывает контекст и подтекст, извлекая новые смыслы.

Следует различать понятия *информационных потребностей* и *тематических интересов* аудитории. Первые социальны по своей природе и долгосрочны, поскольку обусловлены объективными характеристиками профессиональной и общественной деятельности индивида. Вторые суть субъективное отражение информационных потребностей, и они краткосрочны, поскольку связаны с ситуативными факторами — модой, престижем и т.п. Но целенаправленно формируя тематические интересы, исходя из объективной нужды человека в социально значимой информации, СМИ в какой-то степени могут способствовать формированию информационных потребностей в целом, возможно, и не осознаваемых субъектом в данный момент (в первую очередь это касается детской, юношеской и молодежной аудитории).

Для того чтобы выстраивать целенаправленную информационную политику, СМИ нуждаются в объективных данных об информационных потребностях аудитории. Опрос как один из самых распространённых методов конкретно-социологических исследований (КСИ) может дать картину тематических интересов аудитории, которую затем необходимо будет дополнить и более глубоким анализом социально-демографических и социально-психологических характеристик аудитории.

Применяя комплексно методы КСИ при изучении аудитории и содержания СМИ (*интервью, контент-анализ и др.*), можно определить не только характеристики аудитории, но и смоделировать оптимальные журналистские методы и приёмы, а также описать характеристики текстов (*профессиональные стандарты*).

Регулярный мониторинг позволяет определять: насколько активно люди включены в процесс потребления информации, поставяемой СМИ; какой из видов СМИ они предпочитают; каков семейный набор СМИ; каково соотношение в этом наборе федеральных и местных СМИ; какая тематика и проблематика публикаций является предпочтительной; какие мотивы определяют тот или иной выбор и т.д.

Перекрёстный анализ данных и глубинные интервью позволяют конкретизировать итоги мониторинга и прежде всего — выяснить причину популярности материалов конкретных газет и журналов, передач радио и телевидения.

Сегодня стремительно растёт количество источников информации, и если человека не полностью удовлетворяют сообщения, переданные конкретным СМИ (причины могут быть самыми разными: задержка с информированием, ощущение того, что им манипулируют и др.), он обращается к другим каналам массовой коммуникации. Поэтому необходим постоянный мониторинг процесса (характера, условий) потребления информации, во многом связанного с образом жизни человека, горожанина или сельчанина, имеющего много или мало свободного времени, подготовленного или не подготовленного к потреблению информации и др.

В последнее время снижается численность аудитории газет, что связывают прежде всего с развитием электронных СМИ. Представляя «объективные» недостатки традиционных СМИ (дискретность выпуска номеров и как следствие — проигрывание в оперативности информирования; удорожание подписки или покупки в связи с доставкой; необходимость читательской подготовки и др.), следует не забывать и о тех достоинствах, которыми обладают бумажные СМИ (их преимущества оценены, например, в скандинавских странах, где напрямую связывают возрастание уровня образованности населения с тем, что в каждой семье присутствует набор газет и журналов).

Главное преимущество газет связано с «природными» особенностями печатных периодических изданий, и прежде всего с тем, что информация, фиксируемая на бумаге, определяет множество степеней свободы читателя. Читатель, контактируя со СМИ, обходится «без посредников»; имея возможность обзорного ознакомления с контентом, он самостоятельно выбирает заинтересовавшие его публикации, подспудно оценивая вёрстку (композиционно-графическое построение полос) как тонкий инструмент комментария. При этом читатель свободен в выборе места чтения (дома, в кресле или на диване, в транспорте и т.д.). Именно читатель принимает решение о характере и спо-

собе прочтения бумажного СМИ — углублённого или выборочного чтения сразу после получения номера или в другое удобное для него время. Важно отметить и такие моменты, как традиционность, ритуальность процесса чтения (здесь уместно будет применить модный термин «серендипйти», которым обозначается способность получать радость и удовольствие от всего, что человеку удастся испытать). К плюсам бумажных изданий отнесём и возможность хранения СМИ в том виде, в котором оно вышло из печати.

Наконец, ещё одно (возможно, главнейшее) преимущество заключается в том, что достаточно большие площади, выделяемые под текстовую информацию, позволяют редакциям газет отдавать предпочтение глубокому анализу и разностороннему комментированию прошедших событий, актуальных проблем, что, в свою очередь, помогает человеку свободнее ориентироваться в происходящем, разбираться в закономерностях жизни.

Читатель прессы — это, как правило, серьёзный человек. Он обращается к газете или журналу прежде всего для того, чтобы глубже понять происходящее в мире и в стране, познать жизнь в самых разных её проявлениях и с помощью этой разноплановой информации определить своё место и свой путь. И лишь затем пресса рассматривается им с утилитарной точки зрения — в газетах и журналах можно почерпнуть полезную практическую или развлекательную информацию, которая поможет в том числе и с толком провести свободное время.

Качественная пресса может стать настоящим собеседником и наставником: ведь в ней немало аналитической информации, комментариев, посвящённым фундаментальным закономерностям жизни.

В настоящее время, когда типология СМИ заметно расширилась, когда любое печатное издание, в том числе с помощью Интернета (сайт, электронная версия и др.), может быть доставлено в любую точку мира, заметно расширились границы её расчётной аудитории. Поэтому при моделировании содержания учитывается, что в номере необходимо представить информацию, рассчитанную сразу на всех, информацию, рассчитанную на как можно более широкую аудиторию, и информацию, рассчитанную на целевую группу воздействия (ЦГВ, или «читательское ядро»).

Баланс перечисленной выше информации определяется редакцией исходя из типа газеты или журнала. Например, федеральные издания будут ориентироваться на всё население страны, региональные — преимущественно на население того региона, в котором распространяются. А есть ещё отраслевые СМИ, ориентирующиеся на профессионалов конкретной сферы и тех, кто с нею связан (партнёры, клиенты и др.), а также специализированные СМИ, издаваемые для удовлетворения специфических тематических интересов более узких сегментов аудитории.

Каждый номер периодического издания должен быть разнообразным по содержанию и форме:

— содержать различные текстовые сообщения (публицистические, литературно-художественные, официальные, статистические, научно-технические, развлекательные, рекламно-справочные) и иллюстрации (рисунки, фотографии, инфографика);

— равномерно представлять все отделы редакции и все заявленные в сетевом графике тематические разделы;

— представлять в балансе журналистскую и коммерческую, позитивную и критическую информацию, жанры публицистики и рекламы, формы подачи материалов, их авторство, географию и т.д.

Такой системный и как бы всеохватный подход крайне важен, поскольку информационные потребности и тематические интересы читателей очень широки. Читателя можно описать с самых разных сторон, учитывая его возраст, пол, место проживания, язык, профессию, социальный статус, уровень образования, политические пристрастия, увлечения и др. Ведь каждый из нас одновременно нуждается в самой разной информации, помогающей и в быту, и на производстве. Но для редакции СМИ важно выделить регулярных читателей, т.е. реальную аудиторию, вступающую в контакт с данным источником информации. И лишь последовательная информационная политика, опирающаяся на качественную профессиональную деятельность, позволяет не только удерживать реальную аудиторию, но и расширять границы потенциальной аудитории. Такая политика СМИ признаётся *эффективной*, а в случае её признания социальными институтами, в обязательном порядке реагирующими на выступления газеты или журнала, — ещё и *действенной*.

Профессиональные и этические стандарты

В журналистике *профессиональные и этические стандарты* взаимосвязаны. В последнее время всё чаще применительно к той или иной профессиональной деятельности применяют термин «*деонтология*» (греч. deon — долг, должное; logos — слово, наука), понимая под нею учение о принципах поведения профессионалов с целью достижения максимальной эффективности деятельности и устранения вредных последствий неполноценной, недобросовестной работы специалиста. Хотя исследователь Н. Резонтова считает, «что вообще не может быть такого понятия — «журналистская этика». Есть просто человеческая этика. Она и должна подсказывать, что и как писать и показывать. И все ограничивается теми же общечеловеческими нормами морали и уважения личности. <...> «Масс-медиа — это не возможность бесцеремонно унижать, клеветать (за деньги или по указанию), не возможность угрожать, шантажировать, не возможность сводить счеты и решать частные про-

блемы... Все это не власть, а поведение люмпена. Так что речь идет о необходимости следования человеческой этике, помноженной на ответственность от сознания доступа к самой тонкой организации — душе и сознанию»¹.

Но, думается, специфика любой и прежде всего духовно-практической деятельности, каковой и считается журналистика, определяет особый свод принципов, норм и правил, способствующих оптимизации профессиональной деятельности (что профессионально — этично, и наоборот: что этично, то профессионально). То есть разговор об этике той или иной деятельности — это в обязательном порядке и разговор о профессионализме¹².

Существует два подхода к определению профессионализма¹³. Согласно первому подходу основу профессиональной деятельности журналистов составляют мастерство и творческие способности, реализация которых невозможна без проявления природного таланта и призвания к профессии, согласно второму — профессионализм приравнивается к технологизму, предполагающему «владение в совершенстве технологией труда, знание тонкостей ремесла и умение спланировать свою деятельность так, чтобы она была полезной для других людей»¹⁴.

¹<http://www.smi-nn.ru/7id=11752>. И далее: «Конечно, нормальное (подчеркну — нормальное) тяготение СМИ к шокирующим кадрам или убойным хэд-лайнам у иных СМИ или журналистов подчас балансирует на грани нарушения права человека на частную жизнь. Здесь вопросы для судов — с одной стороны, вопросы журналистского вкуса — с другой, и главное — вопрос возможности раздражения массы. Той массы, которая является у этого СМИ или журналиста основной аудиторией. Так что СМИ, переступая грань гуманизма, могут сами и пострадать».

Поэтому предложение о подписании журналистами Антитеррористической конвенции — это как раз и есть, в моем понимании, осознание серьезной ответственности и необходимости осторожного обращения с таким хрупким инструментом, как массовое и индивидуальное сознание, со стороны журналистского сообщества. <...>

Инициативы подписания таких регламентирующих соглашений должны исходить от журналистов. Пусть их будет больше. Вопрос, насколько будут журналисты следовать условиям соглашения, зависит от престижа иницилирующей документ организации, предмета соглашения, а также от желания того или иного СМИ выглядеть серьезным и ответственным. Хотя и модой создание этих документов тоже не должно стать. И желательно, чтоб они были достаточно масштабными: местечковость дает возможность местной власти реализовывать через такие документы свои цели. Кстати, если власть и может участвовать в подписании подобных документов, то в качестве инициатора в случае подписания бумаг, касающихся цензуры на вопросы безопасности»

¹²См.: «Профессия — специализированная и институционализированная деятельность, в которую входит совокупность или система работ, выделенных в более или менее однородную целостность в рамках существующего общественного и технического разделения труда, выполняемая индивидами относительно длительное время на основе специализированных способностей (образования и знаний) и обеспечивающая доход для поддержания существования человека» (Маркович Д.Ж. Социология труда. М., 1997. С. 249).

¹³Симкачѐва М.В. Профессионализм журналиста: трансформация понятия, модели практического воплощения. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Казань, 2006.

¹⁴Там же. — С. 9.

Применяя системный подход для выявления констант профессионализма, примем во внимание прежде всего *субъективные факторы*. Для журналистской профессии это — *некая природная предрасположенность к деятельности: призвание к духовно-практической, общественной деятельности; талант к созиданию, творчеству; гуманитарная направленность личности; физическое здоровье (динамизм, активность)*.

Во-вторых, системность в нашем случае предполагает выделение и рассмотрение *ценностей, знаний, умений и навыков*.

Для любой профессии важны как моральные ценности, так и ценности компетенции, причём не только «абстрактные привлекательные смыслы» (ситуативные ценности), но и стабильно важные для индивида конкретные материальные блага. Ценности как духовные идеи заключены в систему понятий, формируемых в сознании индивида в процессе воспитания в семье, школе, на улице, а затем в вузе, на производстве. Литература, искусство, журналистика (шире — культура) играют в этом огромную роль. Конечные, базовые, «верховные» предпочтения определяют и профессиональные качества. Сегодня дальновидный редактор (работодатель) оценивает прежде всего мировоззренческие установки молодого специалиста. Базовые ценности можно обозначить либо абстрактно (*стремление к свободе, искания смысла жизни* и т.п.), либо достаточно конкретно, поскольку они определяют поведение и действия (*честность, аккуратность* и т.п.). О второй группе ценностей, имеющих отношение к морали (*ответственный* и т.п. работник) и компетенции (*логичный, здравый*), также следует вести речь при определении составляющих профессионализма.

Знания, умения, навыки — это то, на что должна нацеливаться система журналистского образования (в ГОС обозначены определённые виды профессиональной деятельности: журналистская авторская, журналистская организаторская, журналистская редакторская, программирующая и производственно-технологическая). Но прежде — в рамках системного подхода — мы должны *развести близкие коммуникационные деятельности*: журналистику, пропаганду, связи с общественностью, рекламу и даже политику. Затем — *определиться с типом коммуникации* (например: авторитарная, либеральная, тоталитарная, демократическая модели системы массовой коммуникации).

Следующие два этапа: определение приоритетов в *характере информирования* (безоценочный или комментированный подходы; «западная», фактологическая, или «российская», аналитико-образная, модели); определение *вида журналистики и СМИ* (общественная, государственная, частная; общественно-политическая, деловая, специализированная, развлекательная пресса).

Наконец, при выработке констант профессионализма нельзя пройти мимо *специализаций*: по каналам (печатная, электронная пресса), *виду творче-*

ства (словесный, визуальный, словесно-визуальный), направленности творческой деятельности (репортёрская, аналитико-образная), характеру труда (творческий, технический, комбинированный), социальной сфере (структуры гражданского общества, государственные структуры, политика, экономика, искусство и т.д.).

Современные СМИ — это одновременно и предприятия, и творческие коллективы. В связи с этим, например, меняется роль главного редактора — он уже не только литературный редактор, но и менеджер, организатор производственно-творческого процесса. Предприятие по «производству и распространению информации» подразделяется на редакционный, технический и коммерческий отделы, к работникам которых предъявляются свои требования. Понятно, что журналист является прежде всего корреспондентом, но в современных условиях ему нередко приходится решать и смежные профессиональные задачи.

Таким образом, обозначив сферу деятельности журналиста (в широком и узком значении), выделив «качественное ядро» профессии, возможно и необходимо сформулировать её *универсальные, базовые константы*. Это — непростая, системная, предполагающая типологический и классификационный подходы работа.

Опираясь на существующие модели, можно выделить ведущие качества, необходимые будущему журналисту:

высокий уровень профессиональных знаний по специальности;
инициативность, самостоятельность в принятии решений;
организаторские навыки, умение работать с людьми;
отличное владение русским языком, грамотно поставленная речь;
стремление совершенствовать свои знания, навыки, творческий подход к делу;

*знание социальной, экономической, политической обстановки и умение ориентироваться в ней и др.*¹⁵

Каждая редакция вправе создавать свои кодексы профессиональной этики, опирающиеся на общенациональные и международные стандарты. Так, кодекс английских журналистов, работающих в печатных СМИ, включает «правила честной игры», среди которых следующие:

не публиковать преднамеренные либо допущенные из-за небрежности искажения фактов;

четко проводить грань между комментарием и фактом;

не разглашать конфиденциального источника;

не допускать наведения справок о личной жизни людей и публикации данных без их согласия;

¹⁵Образовательные ценности и ориентация воронежских студентов. — Воронеж, 2006. — С. 60.

избегать вмешательства в личные беды и трагедии;
не называть имена жертв изнасилований;
не интервьюировать детей в возрасте до 16 лет без ведома их родителей;
приносить извинения в тех случаях, когда это необходимо¹⁶.

В этические стандарты Би-би-си вошли беспристрастность, точность, справедливость, представление полного и справедливого взгляда на людей и культуру Великобритании, редакционная объективность и независимость, уважение к закрытости частной жизни, к стандартам вкусов и приличий, уход от имитации антисоциального и преступного поведения, охрана благополучия детей, справедливость по отношению ко всему спектру зрителей в Великобритании, независимость от коммерческих интересов.

В некоторых деонтологических документах приводятся более конкретизированные рекомендации, например:

отказ от «провокационного общения» («вторжение», «присвоение», «неверное поведение» — «маски», скрытый диктофон);

отказ от участия журналистов в событии, о котором идёт речь (может быть расценено как конспирация и инспирирование);

введение неофициальной системы «проверки и баланса» сведений, добытых репортёрами;

внутренняя проверка, предполагающая деятельность специалистов-юристов, нанимаемых газетами для расследования жалоб, публикацию опровержений и поддержание внутриредакционных норм.

Исполнение предписаний кодексов, создаваемых в газетно-журнальных изданиях и концернах, является непременным условием сотрудничества. Они сосредоточиваются на трёх проблемных направлениях:

«нарушение объективности в передаче фактов (искажение действительности в угоду композиции, для усиления конфликтности сюжета и пр.);

нарушение тайны личной (приватной) жизни;

рамки и способы использования анонимного источника»¹⁷.

Во многих редакциях существуют списки выражений и словесных характеристик, которых стоит избегать, находить им более корректную замену, конкретные рекомендации:

«Нельзя смаковать детали бед, несчастий и преступлений.

Необходимо относиться с уважением к независимости, благосостоянию, праву приватности и другим правам всех людей, с кем журналисту приходится сталкиваться по работе.

Нельзя давать нравственную оценку действиям кого-либо, не предоставив «обвиняемому» возможности оправдаться на тех же страницах.

¹⁶ Рэндалл Д. Универсальный журналист. — М., 1996. — С. 155-170.

¹⁷ См.: Репортёр: профессионализм и этика — <http://media/utmn.ru>

Нежелателен тон «победных реляций», спрямление сложных ситуаций. Это излишне самонадеянно.

Необходимо ни один из найденных фактов не оставлять не проясненным, каким бы очевидным он ни казался.

Возникающая конфронтация «двух прав» — права на тайну личной жизни гражданина и права аудитории знать важные для неё новости — требует осмотрительности и осторожности.

Необходимо продумать ситуацию, прежде чем идти на риск, ответственно решать, публиковать ли непроверенную «сверхсенсацию» либо отнести её к разряду частных сведений. И, в связи с этим, не увлекаться использованием неофициальных (личных) источников, в особенности, источников конфиденциальных. Эта практика требует корректировки¹⁸.

Репутация (фр. *reputation* <лат. *reputatio* обдумывание, размышление) — это создавшееся общее мнение о достоинствах или недостатках кого-, чего-, приобретаемая кем-чем-нибудь общественная оценка, общее мнение о качествах, достоинствах и недостатках кого-чего-нибудь (имя, слава, популярность, престиж, реноме). Репутация важна на всех уровнях взаимодействия газеты: газета — аудитория (*идейно-политическая позиция*); газета — власть (*оценивается принципиальность позиции*); газета — конкурирующие издания (*профессиональная репутация*); газета — партнеры (*коммерческая репутация*). Причем репутация газеты как бы складывается из репутаций учредителя, владельца, редактора, редакционного совета, редакционной коллегии, отделов редакции, репутаций отдельных журналистов, в особенности тех, чьи имена на слуху.

Составляющие репутации самого издания в большой степени совпадают с принципами журналистской деятельности, этическими принципами в том числе. Учитываются: объективность и правдивость (стремление к истине); принципиальность и последовательность в отстаивании заявленной позиции; независимость; служение обществу (демократизм); гражданская смелость; взвешенность и конструктивность; профессионализм; наконец, современность и стильность...

Репутация — это также и коммерческое качество, база для создания имиджа, которым можно и следует управлять. Деятельность редакции по закреплению образа издания (в сознании прежде всего «читательского ядра») тем более эффективна, чем более прояснены и усвоены профессиональные стандарты, чем более профессиональны методы сбора, обработки и транслирования информации, чем более высок корпоративный дух редакции, наконец, чем более современны содержательная и композиционно-графическая модели газеты, соответствующие запросу конкретного сегмента аудитории.

¹⁸ Репортёр: профессионализм и этика.

Для эффективности «внутренних PR» большое значение имеет наличие организационной модели деятельности редакции, реализация принципов научного менеджмента.

Признаем: в сегодняшних социально-экономических и политических условиях российской прессе крайне трудно сохранить добропорядочность — обстоятельства подталкивают к «нечистым средствам» ради достижения «чистых целей», но делать это нельзя, иначе журналистика перестает быть журналистикой как таковой, а журналисты начинают заниматься либо пропагандой, либо скрытой рекламой...

Таким образом, профессионализм в журналистике — это *следование как общим принципам, так и частным правилам, отраженным в конкретных документах конкретных редакций, например в этических кодексах или уставах*. Это тем более важно, что публицистика как основной поток информации в журналистике — всегда документальна.

Типология СМИ и моделирование

Типология СМИ базируется на системном подходе. Чтобы вывести достаточно точную дефиницию понятия типа применительно к журналистике, можно воспользоваться методом аналогии — например, обратиться к такой отрасли биологической науки, как систематика. Понятно, что любые аналогии уязвимы, тем более, когда в одном случае речь идёт о живых существах, в другом — о «рукотворных». И всё же: любое СМИ представляет собой некий «организм», форму организации деятельности коллектива для достижения определённых коммуникационных целей (ведь не даром мы говорим, например, о газете — «родилась», «живёт», «умерла»...).

Биологическая систематика определяет (описывает), к какому роду, виду, семейству и т.д. относится тот или иной организм, как они соотносятся между собой. Учёные-систематики опираются на иерархию систематических групп — вид, род, семейство, отряд, класс, тип, царство. Если гипотетически представить нечто подобное в журналистике, то можно также получить достаточно стройную систему:

вид — журналистика (пропаганда, паблик рилейшнз, реклама);

род — качественная журналистика (корпоративная, бульварная, ква-лоидная журналистика);

семейство — массовые ежедневные или еженедельные СИ (ежемесячные элитные, узкоспециализированные СМИ);

отряд — печатные СМИ (электронные, конвергентные);

класс — газеты (журналы);

тип — областные общественно-политические ежедневные (еженедельные) СМИ (партийные, отраслевые, развлекательные и др. СМИ);

царство — *региональные СМИ* (общенациональные, международные).

Применительно к журналистике можно также пользоваться такими понятиями, как «подкласс», «подотряд», «подтип», «модель»¹⁹.

Наиболее сложным и в то же время имеющим не только научное, но и сугубо практическое значение является определение типа в силу его многофакторности.

Читательская аудитория всегда была, а теперь, когда СМИ находятся в рыночном пространстве, тем более остаётся главным типоформирующим признаком, если издание претендует на влияние и независимость, экономическую в том числе. Также особую роль при формировании типа газеты играет *владелец (учредитель, издатель)*.

Если же говорить о всей совокупности типобразующих факторов, то их можно подразделить на объективные, *объективно-субъективные* и *субъективные* (см. схему 1).

К группе **объективных факторов**, существующих как данность, влияющих как бы извне, отнесем: *общественно-экономическую формацию; тип общества; социально-экономическое положение и политическую ситуацию в стране и регионе* (ареале распространения); *законодательную базу; конъюнктуру информационного рынка; своеобразие потенциальной читательской аудитории* (менталитет населения); *технологический фактор* (уровень развития информационных технологий, компьютерной и полиграфической техники); *международный фактор* (влияние типов журналистики, СМИ других стран).

Группу **объективно-субъективных факторов**, учитывающих природу журналистики как особого рода деятельности и определенного вида СМИ, напрямую зависящих от владельца, учредителя, издателя, редактора, составили: *цель* (политическая; экономическая; «престижная»); *тип журналистики* (общественно-политическая; специализированная; развлекательная и др.); *профессиональные и этические стандарты* (понимание журналистики как духовно-практической деятельности, понимание общественной миссии журналистики); *характер информирования* (объективный, объективированный, субъективный, или безоценочный, оценочный, смешанный); *маркетинг-менеджмент* (по сути — это набор моделей: финансово-организационной, экономико-правовой, содержательной, композиционно-графической, творчески-организационной, пси-

¹⁹ Современная журналистика характеризуется конвергенцией (convergo — сближаю, приближаю, схожусь), и это — объективная тенденция, означающая не только использование одновременно нескольких каналов СМИ (иногда в рамках развитого медиахолдинга) для реализации конкретной информационной политики, но и ориентацию на эффект кумулятивного воздействия, но и расчёт на умение объединять различные технологии при сборе, обработке, хранении и трансляции информации.

холого-организационной; но в этом случае под маркетинго-менеджментом, ориентирующимся на рыночные отношения, понимается прежде всего наличие Учредительного договора и целого набора документов — устава редакции, положений, контрактов, договоров, инструкций, регулирующих отношения учредителей, владельцев, издателей, редактора, членов редакционного коллектива, партнеров; уставного фонда и бюджета СМИ); *целевая читательская аудитория; авторский состав* (штатные, нештатные); *организационная структура редакции; внутренняя структура* (тематика и проблематика, разделы и рубрики); *жанры и формы подачи материалов; язык и стиль; география материалов; реклама* (модульная, реклама усложненных форм, частная, вкладываемая реклама); *дизайн; объем* (формат, количество «тетрадей»); *тираж* (количество экземпляров, структура тиража); *периодичность* (частота, день и время выхода); *ареал и характер распространения*.

Среди **субъективных факторов** выделим не только *квалификацию и мастерство редактора, менеджеров, журналистов, технических работников, полиграфистов и др.*, но и *квалификацию читателей* (подготовленность читателя, характер чтения, сотворчество, читательская активность).

Трансформируются объективные факторы — изменяется роль объективно-субъективных типологических критериев: какие-то становятся ведущими, какие-то утрачивают лидирующее положение. Значение квалификации субъектов деятельности вообще трудно переоценить: тип в конкретном издании оптимально выявляется лишь тогда, когда конкретные исполнители, реально оценив объективно сложившуюся ситуацию, точно определяют задачи, объект, предмет, и при помощи конкретных методов, средств, приемов достигают поставленной цели.

Типологическая проблема всегда имела практический смысл: ведь типологический анализ в процессе позиционирования периодического издания является обязательным условием создания эффективной модели, а затем и выпуска информационного продукта. Типологические факторы представляют своеобразную систему, элементы которой постоянно взаимодействуют. Выпадение того или иного элемента или, напротив, внедрение чужеродного элемента в некую систему (тип) приводит к конфликтным ситуациям на самых разных уровнях. Например, подмена цели деятельности нередко приводит к тому, что под видом журналистики читателю предлагают пропаганду, политический заказ или рекламу.

Рассматривая типформирующие признаки в системе, описывая, анализируя их, можно создать научную модель конкретной газеты — базу для независимого, экономически успешного СМИ. Процесс моделирования разбивается на этапы.

На **первом этапе** достигаются *предварительные договоренности*, определяется *миссия издания*, уточняются *мотивы* (желание выразить свою

общественную позицию и тем самым заслужить одобрение со стороны общества; престижность журналистской деятельности; возможность самореализации, самовыражения; духовная близость партнеров; возможность иметь постоянную работу и стабильный заработок и др.), принимаются профессиональные и этические стандарты, формулируются цели и задачи.

На **втором этапе** (*сегментирование и позиционирование — прогноз*) мотивы, цели и задачи СМИ соотносятся с *насушными потребностями* потенциальной аудитории, выделяется *целевая группа воздействия*, создается портрет-прогноз, «живой силуэт» читателя. Параллельно с конкретизацией целей, задач, выделением «читательского ядра» набрасывается эскиз будущего СМИ: *тематика, проблематика*, выраженные в названиях разделов и рубрик; *жанры*, выбор которых зависит от типа информирования, который по преимуществу будет использоваться журналистами (объективный, объективированный, субъективный); *авторы*, готовые к реализации поставленных целей и задач, принимающие обозначенный круг тем и проблем, а также характер информирования и интерпретации, которым планируется отдавать приоритет; *дизайн; периодичность; объем; тираж или охват аудитории*.

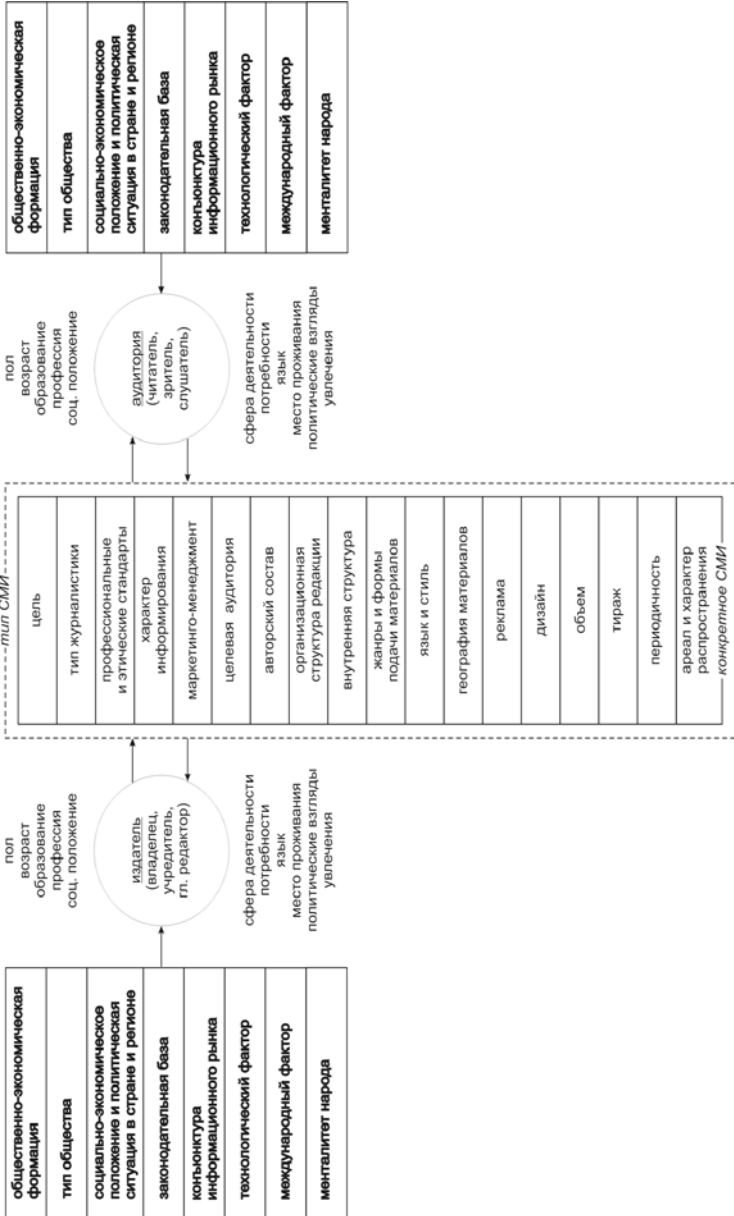
Здесь же окончательно определяются *учредители, владельцы, издатели*, в роли которых могут выступать либо физические лица, либо организации (при этом возможны различные комбинации: журналист/организация — владелец, журналисты/организации — владельцы, журналисты/организации — учредители, партнеры — издатели и т.д.). По сути, это поиск *финансов*, необходимых для достижения поставленной цели и реализации сформулированных задач стратегического и тактического характера.

На **третьем этапе** создается *бизнес-план* в виде резюме, бизнес-план инвестиционного проекта в концентрированном виде (краткое описание всего того, что достигнуто на первом этапе — типформирующие, вторичные и формальные признаки будущего СМИ, а также в формализованном виде — стадий развития проекта, стратегий маркетинга, конкурентной среды, рисков, финансового плана и др.).

Четвертый этап: *определение экономико-правовой базы*, набора документов, регулирующих отношения учредителей, владельцев, издателей, редактора, членов редакционного коллектива, партнеров. Учредительный договор формируется на основе *экономической базы* — уставного фонда и бюджета СМИ. Финансовая модель ориентируется на все современные инструменты финансового управления (бюджетирование, финансовый анализ и др.).

Пятый этап — утверждение *развернутого бизнес-плана редакции* — предполагает предварительное проведение социологических и психологических исследований, типологического анализа (*маркетинговые исследования рынков, выделение и исследование нужного сегмента рынка, позициониро-*

СИСТЕМА ОБЪЕКТИВНЫХ, ОБЪЕКТИВНО-СУБЪЕКТИВНЫХ И СУБЪЕКТИВНЫХ ТИПОБРАЗУЮЩИХ ФАКТОРОВ СМИ



вание СМИ как товара, определение оптимальной цены, поиск наиболее эффективного способа распространения). В развернутом плане должны быть представлены маркетинговый бюджет, план производства (себестоимость информационного продукта), финансовый план и даже варианты преодоления кризисных ситуаций, наконец, бюджет газеты. Последний содержит расходную (общередакционные и издательские расходы) и доходную части.

На заключительном этапе реализуется и корректируется бизнес-план.

Используются такие коммуникационные элементы, как мероприятия по саморекламе, стимулированию сбыта, паблик рилейшнз, директ-маркетингу, применяются такие инструменты, как учет, управление себестоимостью продукции, логистика, автоматизация управления, модернизация производства и управления, используются такие преимущества индустрии СМИ, как эмиссия, кредиты, адресность, работа с оборотным капиталом, льготы, лоббистские возможности. Предполагаются адекватные усилия творческой части редакции по моделированию журналистской деятельности (структуры редакции, содержания и оформления информационного продукта, процесса подготовки и выпуска издания, самого творческого процесса), по созданию творческой атмосферы в редакции, зависящей от многих внешних и внутренних факторов, в том числе — от личности редактора, от творческой и целеустремленной команды, осуществляющей свою деятельность на основе закрепленных и добровольно принятых всеми норм и стандартов, от наличия делового и человеческого начала в редакции, от прогрессивной системы стимулов и вознаграждений.

Таким образом, только во взаимодействии всех моделей финансово-организационной, экономико-правовой, содержательной, композиционно-графической, творчески-организационной, психолого-организационной и других составляющих периодического издания можно создать газету, отвечающую определенному типу издания, гарантировать успех СМИ в достижении как идеологических, творческих, так и экономических целей.

Композиционно-графическое моделирование периодического издания

Моделирование сокращает время на решение повседневных («технических») задач, а значит, экономит силы журналистов, но самое главное — оно позволяет создавать узнаваемый информационный товар с набором определённых качеств (в этом отличие товара от услуги), предлагаемый целевой аудитории.

Композиционно-графическое моделирование в редакциях печатных СМИ долгое время являлось желательным, но не обязательным процессом. Но с наступлением электронной эры, когда на компьютерных дисплеях стали со-

здаваться виртуальные оригинал-макеты номеров, без композиционно-графической модели (КГМ), выраженной в стиле, заносимом в память компьютера, невозможно сверстать ни одной печатной полосы. Такой стиль представляет собой совершенно определенные — прежде всего количественные — типометрические параметры (кегель шрифта, ширина полосы и колонок, размер отбивок и мн. др.). Качественные параметры (выбор определённой гарнитуры, шрифтовые и нешрифтовые выделения, композиционные схемы и т.д.) разрабатываются дизайнером или творческой группой визуализаторов и закрепляются в типовых макетах (стандарт-макетах, форм-стандартах и т.п.).

Устойчивость и логичность композиции газеты, стабильность использования унифицированных и выразительных графических средств — это главные требования прогрессивного оформления, основанного на композиционно-графическом моделировании. Для обозначения системы оформления газеты, предполагающей наличие правил и принципов, закреплённых в тех или иных редакционных документах, был предложен термин «композиционно-графическая модель» (А.П. Киселев, 1971 г.). Сегодня, в эпоху компьютерного набора и электронной верстки, дизайнерам необходимо обязательно разрабатывать модели, ведь установка дескрипторов, разработка стилей, сохранение в памяти компьютера форм-стандартов конкретных полос есть ни что иное, как разновидность физической композиционно-графической модели, которая может дополняться и описательной (изложение принципов дизайна, описание типовых приемов оформления). «Описательная модель — это свод правил, в которых закреплена система композиционных и графических характеристик газеты. В редакционной практике этот свод правил часто оформляется в виде памяток для сотрудников газеты.

Физическая модель тоже представляет собой систему композиционно-графических характеристик газеты, однако закреплённую в графике публикации постоянных разделов, в расписании шрифтов и других графических элементов и комплекте стандартных макетов различных полос, на основе которых ведётся выпуск газеты»²⁰.

В тех редакциях, которые используют компьютерную верстку, рано или поздно приходят к выводу: системное представление о газете и ее оформлении — не мода, а требование, как бы предъявляемое самой техникой. Оформительский стиль — это не только эстетическое понятие, но и конкретный компьютерный термин. Стиль разрабатывается для газеты в целом, для каждой полосы, тематической страницы или подборки в отдельности.

Первый этап разработки КГМ — *моделирование групп оформительских элементов*.

²⁰ Табашников И.Н. Газета делается по модели. — М., 1980. — С. 17.

Второй этап — *систематизация и унификация оформления всех тематических объединений материалов*. «Этот уровень представляет собой стандартизацию текстового набора, определенные принципы построения и шрифтографии заголовочных комплексов, применение изобразительного материала, унификация выделений и т.п.»²¹.

Третий этап — *комплексная разработка модели издания*, которая в газете может состоять из следующих частей:

«а) графиков периодичности появления основных рубрик, разделов и тематических полос (структура издания);

б) размерных стереотипов, включающих в себя объем материала, формат колонок, размеры заголовков и количество строк в них, величину межколоночных пробелов;

в) стандартных операций набора, предусматривающих выключку, шрифт (кегель, начертание, согласующиеся с размерным стереотипом) заголовков, отбивку заголовков, концовки, набор текста, авторской подписи и других компонентов издания;

г) макетов-стандартов, предусматривающих композицию издания, в частности тип верстки»²².

Почему завершающий этап комплексной разработки модели начинается с системы рубрик? Дело в том, что и рубрика — явление комплексного характера. Кроме ритмичного ведения «*определенной тематики* она обеспечивает регулярное появление *определенных жанров*, которые ей присущи, *определенных авторов*, ведущих рубрику, *определенных географических источников* и т.д. (выделено мной. — В.Т.)»²³. Постоянство рубрик в периодическом издании — залог того, что оно имеет свои темы, своих авторов, индивидуальный облик, то есть продуманные концепции содержания и формы.

Тема и идея («политическая» и определяемая ею оформительская) неотделимы друг от друга, и в принципе можно определить тему и идею не только одного материала, но и каждой полосы, каждого номера газеты. Только специфика этого вида издания состоит в том, что полосы газеты включают в себя сразу несколько тем, главные из которых находят выражение в постоянных рубриках. Диктуемый жизнью процесс рождения идей и тем (а значит, и рубрик) непрерывен — газета стремится отвечать на все актуальные вопросы, которые ставит перед нею читатель.

Электронная верстка не может осуществляться иначе, чем на основе КГМ. Разработка стилей и есть реализация принципов и правил конкретной модели. Конечно, в этом случае особенно важно быть в курсе современных тен-

²¹Галкин С.И. Оформление газеты и журнала: от элемента к системе. — М., 1984. — С. 91.

²²Галкин С.И. Оформление газеты и журнала: от элемента к системе. — М., 1984. — С. 9293.

²³Георгиев Д. Режиссура газеты. — М., 1979. — С. 74.

денций газетного дизайна, поскольку и при помощи современной машины можно создавать убогие образцы. Хотя среди центральных и местных газет немало таких, которые демонстрируют передовые методы дизайна: типографику оформления, сопровождаемую просветлением полос, контрастность (умеренную и логичную), плакатность, развитие заголовочных комплексов, повышение шрифтовой культуры, активное использование всех визуальных элементов газетного орнамента.

Интересно, что именно лучшие с точки зрения дизайна газеты выпускаются на основе продуманных моделей. Естественно, что когда наведен порядок в графическом хозяйстве, когда процесс выпуска унифицирован, остается много времени на творческие поиски оригинального лица издания. Новые приемы рождаются в процессе освоения новой техники.

У оформителей остается масса возможностей для того, чтобы импровизировать, проявлять свою творческую индивидуальность. Важно определить те зоны, в которых модель действует неукоснительно, и те, где она может как бы «взрываться». Повторяемость, симметричность — действительно, основа композиционно-графического моделирования. Но в то же время асимметрия, неформальное равновесие также должны быть заложены в любую КГМ, ибо форма все-таки зависит от содержания, а содержание газеты, призванной отражать текущую действительность, будет всякий раз новым, неожиданным. Модель не должна сковывать творчество — напротив, ориентируясь на «продуктивные» положительные стереотипы читательского восприятия, она не только не запрещает импровизированные решения, но и помогает дизайнерам совершать творческие открытия. Модель подобна нотной грамоте или алфавиту, зная которые, музыканты и художники слова создают оригинальные неповторимые композиции, произведения.

Если в секретариате пришли к пониманию, что «лицо» их газеты требует обновления, что компьютерная технология верстки сама по себе не дает преимуществ дизайнерам без объединения различных приемов оформления в систему, значит, настало время заняться практическим моделированием.

С чего оно начинается? Как правило, для проведения комплексного анализа внутренней и внешней структуры издания создается творческая группа. Выбираются самые опытные журналисты, умеющие одинаково хорошо работать в различных жанрах, владеющие мастерством редактирования, макетирования, планирования, знающие до тонкостей процесс выпуска газеты. Такие группы, занимающиеся анализом содержания и формы газеты, мнений ее читательской аудитории, возглавляют ответственные секретари или их заместители. Ведь секретариат — штаб редакции, где сходятся все нити по управлению коллективом, куда идут с идеями, находками, в том числе резервов повышения эффективности издания, одним из которых и является моделирование.

У каждой газеты модель может иметь свои особенности, но чаще всего она состоит из нескольких частей: *описания тематической концепции издания, сетевого графика, руководства по дизайну газеты, организационной модели.*

Особое внимание следует уделить системе рубрик (постоянных, пульсирующих, рубрик кампаний и др.), по-своему отражающей типологию издания, его позицию, оригинальность. Специалисты рекомендуют создавать сетевые графики, в которых частично фиксируется структура издания (основные разделы и рубрики распределены по номерам и в отдельном номере, заданы их объемы и др.).

Творческая группа проводит анализ жанров материалов, собственных публикаций и тех, что пришли из информационных агентств, фотоиллюстраций (жанры, размеры, количество). Эксперты изучают и язык, стиль заметок, корреспонденций, статей, обращают внимание на то, как корреспонденты работают с фактом. Анализ должен завершиться выработкой конкретных рекомендаций.

В ходе анализа подсчитываются наборные и рисованные рубрики, проводится их чистка (отказ от устаревших, разовых, редактирование неудачных, ввод новых), составляется полный список рубрик, с которым знакомятся все творческие работники редакции. Поправки, предложения обсуждаются, после чего сводная таблица, отпечатанная типографским способом, может быть вывешена в каждом из отделов (с ней знакомят и наиболее активных авторов газеты). Таблица может состоять из трех разделов: «Общие рубрики», «Рубрики отделов», «Рубрики тематических страниц /подборок», под каждым из которых оставляются свободные места для рубрик новых кампаний. Все рисованные рубрики и заставки, также отпечатанные на отдельном листе, с общей таблицей рубрик, годовыми графиками передовых («гвоздевых») статей, тематических страниц, постоянных подборок, схемой географии материалов и командировок сводятся воедино, например, на специальном «Стенде оперативного управления» в секретариате редакции. Система этих таблиц и графиков представляет собой часть тематической и организационной моделей редакции.

От количества материалов на полосе зависят информативность полос и динамизм их композиций. Лучше уменьшать размеры материалов за счет тщательной правки в отделах и секретариате; ввести «лимит» — 45 машинописных страниц (тексты больших объемов печатать с разрешения редактора). Можно увеличить и закрепить за каждой полосой свои информационные подборки (чем больше публикаций различных размеров, тем меньше «воды» в текстах, больше охваченных тем, проблем, жанров, что позволяет и дизайнерам делать верстку привлекательней).

Анализ тематических страниц в местных газетах показывает, что выходят они нерегулярно, порой «перескакивают» с полосы на полосу. В секретариате должен быть жесткий график их выхода (с указанием объема, точной даты и номера полосы для той или иной тематической страницы), увязанный с сетевым графиком.

Если в редакции пришли к пониманию, что «лицо» их газеты требует обновления, что компьютерная технология верстки сама по себе не дает преимуществ дизайнерам без объединения различных приемов оформления в систему, значит, настало время заняться практическим моделированием. В прежние годы оформителям также нередко мешал избыток текстовых и заголовочных шрифтов: стремясь «украсить» газетные полосы, они использовали чуть ли не всю «библиотеку шрифтов» (а сегодня при активной русификации «латинских» шрифтов количество гарнитур превышает сотни, даже тысячи). В результате на полосах «спорили» устаревшие и современные, рубленые и литературные, непомерно большие и чрезвычайно мелкие шрифты. Теперь существует еще большая опасность того, что оформительская безвкусица заполнит газеты, ведь их количество растет с каждым днем, а в качестве дизайнеров и верстальщиков выступают самоучки, чрезмерное увлекающиеся подложками, интенсивным растровым фоном, перенасыщающие полосы дополнительным цветом, черными плашками («выворотками»). Иные из них пренебрегают удобочитаемостью текста, предпочитают агрессивный дизайн, когда важным становится не столько содержание, сколько форма... Надеемся, что разностильность и эклектизм — временная, объяснимая болезнь роста.

Качественные газеты выпускаются именно на основе моделей, что естественно: когда наведен порядок в графическом хозяйстве, когда процесс выпуска унифицирован, остается много времени на творческие поиски оригинального лица издания. Новые приемы рождаются в процессе освоения новой техники.

Модель не должна сковывать творчество — напротив, ориентируясь на «продуктивные» положительные стереотипы читательского восприятия, она не только не запрещает импровизированные решения, но и помогает дизайнерам совершать творческие открытия. Она подобна нотной грамоте или алфавиту, зная которые, музыканты и художники слова создают оригинальные неповторимые композиции, произведения. Модель, конечно, не гарантия успеха, но она застраховывает от грубых ошибок. Модель — образец, эталон, вобравший все лучшее из прошлого опыта, и не только собственного. Наконец, это форма учебы редакционного коллектива, забота о будущем своей газеты, ибо, только следуя научно обоснованной модели, редакция сохраняет «формулу газеты».

Повышение эффективности содержательной и оформительской моделей возможно лишь при улучшении организации труда всего редакционного коллектива, и потому секретариат параллельно разрабатывает *организационную*

модель. Ее структура: «Общие данные» (периодичность, формат издания, объем, вид печати и т.д.), «Схема структуры редакции», «Служебные обязанности» (редакторат, секретариат, заведующий и корреспондент отдела, сотрудник на гонораре, фотокорреспондент, художник, корректор, работник отдела рекламы, дежурный по выпуску номера), «Порядок сдачи материалов в секретариат и инструкция по работе с оригиналами», «Порядок макетирования полос», «Нормативы читки, правки и сверки полос номера корректора-ми и дежурным по номеру», «Формы коллегиальной работы», а также примеры планов и порядок их сдачи, расценки гонораров.

Таким образом, композиционно-графическая модель лишь во взаимодействии с содержательной и творчески-организационной (а также финансово-организационной, экономико-правовой, психолого-организационной и др.) моделями может гарантировать успех СМИ в плане достижения как идеологических, творческих, так и экономических целей.

Тулупов Владимир Васильевич, профессор, декан факультета журналистики Воронежского государственного университета.

Медиаобразование как проблема теории журналистики

Сегодня неуклонно возрастает роль медиакоммуникации в познании все более усложняющейся реальности, требующей непрерывного самообразования, умственного напряжения. В связи с этим наблюдается нарастание масштабности информационных процессов, сопровождаемое усложнением их инфраструктуры. Это обстоятельство требует введения в вузовскую практику более универсальной учебной дисциплины, обобщающей опыт теоретиков журналистики, психологов, культурологов, коммуникативистов. Пока теоретики отстают от велений времени!

Ускорение бега исторических событий, определяющих распространение оперативной информации в масс-медиа, не вызывает сомнения. Характер социальных явлений, в частности, технических и научных перемен, естественно, будит воображение, потрясает своей стремительностью и непредсказуемостью. Характер коммуникативно-общественных связей в таких условиях также претерпевает изменения, объяснить которые помогают научные, особенно методологические труды, а также политические дискуссии, общение в быту, медийные материалы¹. Изучение медийных процессов возможно с разных методологических позиций. Методология как учение о методах и средствах научно-познавательной деятельности всегда начинает дискуссию с выявления предмета анализа, затем уже учебными формулируются задачи исследования, цели и способы их достижения. В нашем случае необходимо дать понятие о сходстве и различии двух дисциплин и двух родственных, но не идентичных медиаобразовательных стратегий: коммуникативистики и теории журналистики. **Целью настоящей статьи** является экспликация важнейших сфер и возможностей взаимодействия смежных и даже близких академических дисциплин, так или иначе привязанных к глобальной проблеме непрерывного образования и самообразования личности. Представляется актуальным еще и еще раз подчеркнуть принципиальную интердисциплинарность обсуждаемой сферы знания, что диктует, в частности, необходимость обращения к культурологии и филологии как наиболее близким к теории журналистики наукам. Думается, что сама логика прогресса, например, компьютерная революция, социально-политические и экономические сдвиги в социуме, культурный взрыв в развивающихся странах и т.д., подталкивают теоретиков журналистики к расширению гносеологических горизонтов. Медийная глобализация тоже способствует конвергенции наук, укреплению принципа интердисциплинарности.

¹ См. об этом: Хорольский В.В. Медиаинформация и массовая коммуникация / В.В. Хорольский. — Воронеж, ВГУ, 2008. — С. 7-9.

Сразу же сделаем неизбежную методологическую оговорку: культурологи, пишущие о роли кино в процессе самообразования личности, в зону своих интересов не могут не включать СМИ, особенно телевизионную и Интернет-информацию, но сам подход в работах отечественных авторов (И.Ф. Вайсфельд, Ю.М. Рабинович, А.В. Федоров, А.В. Шариков, С.Н. Пензин, Е.А. Бондаренко, Л.М. Баженова, В.В. Егоров, О.А. Самарцев и др.) не всегда совпадает с интересами таких наук, как теория журналистики и коммуникативистика. Сегодня есть масса общих забот, которые требуют интенсифицировать междисциплинарный диалог. Прежде всего, говоря о линиях схождения в исследовании образовательного потенциала медийной информации, повторим общеизвестное: великие достижения науки и техники, увы, не дали должных результатов. Общество пребывает в глубочайшем мировоззренческом кризисе, одним из многочисленных признаков которого является **распространение философии гедонизма**. Ясно, что гедонизм как тенденция эволюции медиапотребления побеждает идеал ответственного соучастия читателя в массовом коммуникативном процессе. Медиакомпетентность растет медленнее, чем объем информации. Массовая культура, количественно преобладая на рынке, создала коммерциализированные СМИ, неплохо развлекающие, но мало обучающие. Масс-медиа эпохи глобального потребления ширпотреба изобилуют малозначительными деталями повседневного бытия «звезд» и «генералов», однако эта информация не воспитывает критически мыслящих индивидов, способных отделить зерна от плевел. Изучение процессов «пожелтения» СМИ, например, позволяет судить о роли визуализации в массовой культуре, о преобладании «сканирующего чтения», беглого ознакомления с информацией (пресса по диагонали, блип-ТВ, блуждание в Сети и т.п.). Но выводы из одних и тех же фактов разные науки делают свои.

Формирующаяся новая «интегративно-стыковая» теория и наука о масс-медиа, особенно такая ее часть, как гуманитарное знание о СМИ «информационного общества» (ИО), неизбежно сливается с уже существующей немало десятилетий коммуникативистикой (коммуникологией), наукой о коммуникативных и коммуникационных процессах в социуме (англ. — *Media Studies*, нем. — *Medienwissenschaft*). Интерес коммуникативистов к масс-медиа очевиден и понятен: этот социальный институт во многом определяет обыденное (ненаучное по своей сути) сознание громадных масс людей. Это сознание можно и нужно формировать, не боясь упреков в манипулятивном использовании массовой информации, но при жестком соблюдении общественного интереса, чего пока нет, как нет у нас и специалистов, определяющих приоритеты и методы подобного форматирования суверенных взглядов личности. Самообразование человека нельзя представить без изучения материалов качественных СМИ, без чтения толстых журналов, научно-популярной публицистики.

Проблемы медиаобразования как важнейшей составной части непрерывного самообразования современного человека сравнительно недавно привлекают внимание ученых и педагогов². В 2008 году в Москве состоялась IV Международная конференция Российской коммуникативной ассоциации «Коммуникация в современной парадигме социального и гуманитарного знания» (Коммуникация-2008), организованная Российской коммуникативной ассоциацией (РКА) при поддержке МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех». В центре внимания ученых оказалась уже не новая проблема самообразования с помощью СМИ. Председатель Правления МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех» Алексей Демидов в тогда отметил, что «механизмы коммуникации являются базовыми при построении всех четырех элементов общества знаний — образования для всех на протяжении всей жизни, всеобщего доступа к информации, являющейся общественным достоянием, многоязычия и культурного разнообразия, а также свободы выражения»³. Ясно, что эти аспекты медиаобразования не исчерпывают многообразия мотивов и задач самообразования. Ясно и то, что ученые-педагоги сегодня не могут игнорировать достижения теоретиков журналистики, работающих с медийными текстами ежедневно.

18-25 октября 2009 года в Таганрогском государственном педагогическом институте прошла Всероссийская научная школа для молодежи «Медиаобразование и медиакомпетентность». Семинары проводились при финансовой поддержке Федерального агентства по науке и инновациям в рамках реализации программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России на 2009-2013 годы», при информационной поддержке Программы Альянса цивилизаций ООН «Медиаобразование и медиаграмотность», Бюро ЮНЕСКО в Москве. Решение ученых, собравшихся в Таганроге, было простым: надо глубже изучать деятельность медиакритиков и культурологов, работающих под эгидой ЮНЕСКО. Цели, которые ставит сегодня ЮНЕСКО в области непрерывного «дигитального» образования хорошо известны: образование в духе ненасилия, уважения прав человека и взаимопонимания, ибо медиаобразование — это «часть основного права каждого гражданина любой страны на свободу самовыражения и получение информации, оно способствует поддержке демократии»⁴. В резолюциях и рекомендациях ЮНЕСКО неоднократно отмечалась важность и поддер-

² См.: Федоров А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза / А.В. Федоров. — М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. — 616 с.; Робак В. До питання про розвиток медіапедагогіки у Німеччині // Другий український педагогічний конгрес. Львів: ТзОВ Камула, 2006. — С. 275-286.; Онкович Г.В. Медиадидактика / Г.В. Онкович // Журналистика и медиаобразование-2007: В 2 т. — Т.1 / под ред. проф. А.П. Короченского. — Белгород: Изд-во БелГУ, 2007. — С. 243-248.

³ <http://www.mediaigram.ru> Также см.: www.ifap.ru.

⁴ www.unpress.ru.

жка медиаобразования (конференции ЮНЕСКО в Грюнвальде, 1982; в Тулузе, 1990; в Париже, 1997; в Вене, 1999; в Севилье, 2002 и др.). Досадно, что далеко не все программы были выполнены, что надежды, которые на СМИ возлагали чиновники из ООН, выделившие в 1990-е — 2000-е гг. громадные суммы на их развитие в развивающихся странах, не оправдались.

Один из основоположников коммуникативистики У. Шрамм, анализируя историю СМИ, выделял два типа крайностей: либо преувеличение пропагандистских и манипулятивных возможностей информационных систем и их роли как источника социальных изменений, либо утверждение их исключительно стабилизирующего и консервативного воздействия на общество. В качестве примера первой позиции он приводит антиутопический роман Дж. Оруэлла «1984». Этому произведению и соответственно подходу, абсолютизирующему «золотую пулю» пропаганды, Шраммом противопоставляется позиция П. Лазарсфельда и Р. Мертона, которые не отрицают ни возрастающей роли средств массовой информации в жизни общества, ни их пропагандистских возможностей, но считают, что огромные дозы массовой информации сами по себе могут стать «социальным наркотиком» для масс, отучая их от активного участия в общественной жизни, познании ее законов и превращая в пассивных потребителей новостей. В статье «Массовые коммуникации, популярные вкусы и организованное социальное действие» эти социологи отмечали, что поскольку масс медиа поддерживаются большим бизнесом, связанным с существующей социально-экономической системой, они и вносят свой вклад в сохранение этой системы. Поддерживая статус-кво, эти средства оказываются неспособными ставить под сомнение структуру общества и даже оказывают на нее «цементирующее воздействие»⁵. Предназначение медиаобразования в этой системе координат виделось как формирование критического подхода к любому сообщению, как борьба с конформизмом и ленью потребителя. Сегодня этого мало. Нужен инструментальный диалог продюсера и консьюмера информации, нужен потребитель-производитель информации, которого порой называют «просьюмером» и который станет ключевой фигурой социальной (гражданской) журналистики, свободной от диктата власти, бизнеса, глупой молвы и собственной пассивности.

Теория массовой коммуникации и теория журналистики: два подхода к изучению медийных текстов

На Западе дела в сфере медиаобразования обстоят лучше, чем у нас; там существуют специальные курсы, школьные программы, сообщества, связан-

⁵П. Лазарсфельд в 1940 г. создал теорию массовой коммуникации, в которой эффективность СМИ, содержание медиаэффектов, последствия информации для общества определялись в первую очередь массовой психологией, причем эти эффекты он разделил на немедленные, краткосрочные, долгосрочные и институционные, что позже стало называться теорией ограниченных эффектов. См.: Землянова Л.М. Современная американская коммуникативистика. Теоретические концепции, проблемы, прогнозы / Л.М. Землянова. — М., 1995. — С. 51-52.

ные с медиаобразованием. Там известны работы таких ученых, как К. Бэзэлгэт (Bazalgette), Х. Гапски (Gapski), Р. Кьюби (Kubey), Т. Панхофф (Panhoff), Дж. Лилэнд (Lealand), Л. Мастерман (Masterman), Д. Бакингам (Buckingham) и др. Широкой известностью пользуются такие американские организации, как Центр медиаобразования (Center for Media Education) в Вашингтоне, Центр медиаграмотности (Center for Media Literacy) в Лос-Анджелесе, движение «Граждане за медиаграмотность» (Citizens for Media Literacy) в Северной Каролине, Центр медиаобразования (Media Education Center) в Нью-Мексико, Образовательный видеоцентр (Educational Video Center) в Нью-Йорке, Ассоциация «Стратегии по медиаграмотности» (Strategies for Media Literacy) и Национальный альянс медиаискусств и культуры (National Alliance for Media Arts and Culture) в Сан-Франциско, Национальный совет по телевидению и медиа (National Telemedia Council) в Виржинии, Центр медиаискусств (Media Arts Center) в Сиэтле, Фонд медиаобразования (Media Education Foundation) и др. Коммуникативистика и ее воздействие на качество усвоения медийной информации, журналистика как учебник жизни стали привычной темой научных дискуссий в западных журналах The Western Journal of Communication, Westminster Papers in Communication and Culture (WPCC), Global Media and Communication и др. Миссия медиапедагогов видится авторами и редакторами названных журналов в совершенствовании методик анализа медийных текстов и дискурсов, в уточнении законов человеческого общения, прежде всего массового общения посредством СМИ, в выработке стратегий непрерывного переосмысления поступающей медиаинформации.

Отечественная коммуникология, опирающаяся на традиционную теорию журналистики, все чаще прибегает к языку западной науки, что не проходит безболезненно⁶, ибо язык западных ученых не всегда согласуется с логикой русскоязычных речевых актов. Коммуникативистика, возникшая на стыке множества дисциплин, в первую очередь лингвистики, социологии и социальной психологии, изучает процессы общения с точки зрения их успешности и «коммунальности», т.е. с позиций примата закона социализации индивида в процессе интерпретации текстов, в нашем случае — медийных. Теория журналистики уделяет особое внимание прежде всего тем особенностям массовой коммуникации, которые позволяют делать более эффективными именно журналистские тексты. Это и есть первая, но не единственная, демаркационная линия.

Кооперация теории журналистики и коммуникологии никем не отрицается, хотя исследований в этой области до обидного мало. Ее взаимодействие с тео-

⁶ См., напр., работы: Кучерова Г. Очерки теории зарубежной журналистики / Г. Кучерова. — Ростов-на-Дону, 2000; Назаров М. Массовая коммуникация в современном мире : методология анализа и практика исследований / М. Назаров. — М., 1999.

рией журналистики стало бесспорным фактом научной жизни. Средства массовой коммуникации (СМК) являются самым важным полем взаимовыгодного сотрудничества двух родственных наук. Особо хочется подчеркнуть роль филологии в формировании системы взглядов на журналистский текст. Анализ Слова (послания, текста, дискурса) нельзя мыслить без достижений теоретиков литературы и языка. Но этот самоочевидный факт не должен вести к абсолютизации теорий коммуникации, созданных в рамках данной дисциплины. Медиадискурсы (МД), которые далеко не ограничиваются журналистскими текстами (ЖТ), вообще не поддаются полной расшифровке с помощью филологических или же культурологических методов. Здесь нужно иметь в виду принципиальное отличие медийных текстов от текстов художественных, научных, юридических и прочих, отличие, без которого будет неясен сам медийный модуль, категория, выражающая суть «медийности» как общего знаменателя всех текстов, бытующих в массмедийном пространстве. Это отличие следует определить так: **медийный текст имеет более выраженную контекстуальную онтологию по сравнению со всеми иными видами текстов.** Он не существует в сознании автора и реципиента как отдельный квант информации, хотя объективно таковым является, как любой другой текст. Дело в том, что медийные тексты рождаются как часть социального макродискурса, как самостоятельный и весьма специфический вид информационно-коммуникативного медийного дискурса (МД), предусматривающего «индипированность» аудитории. Более просто эту мысль можно сформулировать так: в медийном тексте и дискурсе всегда заложена гиперссылка на архетип восприятия информации, заложена программа декодирования сообщения, учитывающая непосредственный семантический контекст, меди-контекст культуры и отдаленный макроконтекст герменевтической традиции. Стихотворение «Я вас любил» многогласно, его интерпретация тоже нуждается в знании контекста, скажем, биографических и исторических реалий, но оно может анализироваться и неподготовленным читателем. Большинство статей в серьезной прессе, скажем в газете «Уолл стрит джорнел», требуют известной подготовленности аудитории, знающей ситуацию в экономике, финансовую конъюнктуру, колебания курсов акций и многое другое. **МД всегда событийен, отражает течение реальной жизни и актуализирует любой текст, попадающий в его орбиту. Это вторая демаркационная линия.** Именно на этой «линии фронта» находятся — в массе своей — представители динамично растущего цеха медиакритиков и представителей медиаобразования.

Медиаобразование давно стало предметом оживленных дискуссий в кругах теоретиков журналистики. Когда-то речь шла в первую очередь о документальном кино, причем сам концепт «медиа» понимался широко, в духе медиафилософии: все, что способствует распространению актуальной информации для масс, все, что можно воспринимать как массовую коммуникацию

— все это называлось «масс-медиа» (иногда употребляется синонимичное словосочетание «масс медиа», которое подчас пишут слитно, с чем не хочется соглашаться, но сути вопроса это никак не меняет). СМИ рассматривались (и не без основания) как ядро СМК. Можно смело предположить, что **СМК тогда выполняют свою общественную миссию, когда люди научатся анализировать предлагаемые им тексты и дискурсы.**

Методология анализа отдельного текста и медиадискурса в эпоху медиаглобализации только формируется. Важно на данном этапе ответить на вопрос: почему медиаобразование, значимость которого никем не отрицается, не стало в России и в других странах бывшего СССР системой и государственной политикой. Опираясь на собственный многолетний опыт работы со студентами гуманитарных специальностей, на работы коллег, хотелось бы подробнее рассмотреть вопрос сотрудничества в области медиаобразования, что в свою очередь затрагивает вопросы о будущем журналистики как профессии, о взаимодействии журналистов-практиков и медиакритиков, о путях анализа отдельного текста и текста как части дискурса. Надо научить реципиента воспринимать и оценивать истории о жизни людей, взятой в ее событийной плоскости. **Анализ событийности как основы медийности, газетно-журнальной публицистичности и даже художественности (она, повторимся, имманентна медийной информации) должен быть положен в основу медиавоспитания аудитории.** Ясно, что эта цель может быть достигнута лишь при учете данных множества наук, в том числе и негуманитарных. Естественно, ядром анализа культурно-информационного пространства может быть только широкая культурологическая трактовка особенностей медийных текстов и журналистской профессии в целом. Именно в традиционной сфере газетно-журнальной публицистики наиболее четко функционируют модели анализа культурной ситуации, в частности те из них, которые отражают глобальный кризис культуры. Нередко информация обуславливает и программирует любую групповую коммуникацию, причем журналистика обычно играет роль «медиатора», посредника, обеспечивающего сотрудничество и общение между разными группами людей, диалог между неблизкими сферами бытия. Иногда при этом на первый план выходят социологические параметры массовой коммуникации, но нередко приобретает особый статус проблема успешности самого общения, проблема понимания. Ясно, что в этом случае коммуникативистика становится «коллегой» такой науки, как психология общения⁷. Также

⁷ Это раздел общей психологии, предметом которого является психологическая специфика процессов общения, «рассматриваемых под углом зрения взаимоотношений личности и общества» См.: Леонтьев А.А. Психология общения / А.А. Леонтьев. — М., 1997. — С. 13. В центр человеческого общения Леонтьев ставит речевую деятельность, поэтому в психологии общения центральное место отводится психолингвистике.

важна в содружестве наук традиционная социальная психология, объясняющая природу усвоения и применения информации о событиях каждодневной жизни миллионов людей. Эмоции рядовых потребителей являются доминантой восприятия текстов СМИ — такова аксиома большинства западных психологов. Это не отмена примата разума в коммуникативных процессах, но определенная корректировка господствовавших в России философских установок на рациональность. Любопытны выводы бихевиористской психологии, ставящей во главу угла связь между стимулом и реакцией. Сегодня эта наука достаточно часто изучает психологию поведения журналистов и специфику их творчества (например, работы психолога Альберта Бандуры)⁸. Можно утверждать, что работы «бихевиористов», базирующиеся на большом «поле-вом» материале и обилии эмпирических данных, взятых из социологических исследований, создали фундамент современной науки о массовых коммуникациях. Но отдача от них, думается, еще слишком скромна. При этом надо помнить, что удел журналистики — скользить по поверхности жизни, поспешать за убегающим (ускользающим!) временем, поэтому ее статус, в отличие от статуса науки, обусловлен событиями каждодневности и даже сиюминутности, а не долговременной перспективой. В литературе важнее, чем в публицистике, статус воображаемой реальности, художник заведомо (телеологически!) создает субъективно-эмоциональные, целостные и зримые (пластические) образы. А журналист творит собственные образы как вспомогательный способ донесения идеи, как правило, чужой. Чужое слово — отражение чужой жизни, к которой причастен и журналист, создающий медийный текст.

Анализ этого текста и должен быть в центре работы медиакритиков.

Как известно, анализ любого текста основан на рассмотрении ключевых вопросов: кто сказал? Что сказал? Как сказал? Зачем, с какой целью? Каков эффект? И т.д. Напомним известную схему коммуникативиста Г. Лассуэла, предлагает в процессе анализа ставить шесть вопросов:

1. Кто передает информацию и почему?
2. Какой это тип текста?
3. Как этот текст создан?
4. Как мы узнаем о том, что этот текст означает?
5. Кто воспринимает этот текст и какой смысл из него извлекает?
6. Как этот текст представляет свою тематику?

Думается, с учетом требований теории журналистики, данный перечень можно расширять:

⁸ Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио, телевидения / Н.Н. Богомолова. — М., 1991; Михалева Г.В. Ключевые теории британского медиаобразования / Г.В. Михалева // Международный научный альманах. Вып. 1. / Под ред. М.В. Воронцовой, А.А. Калужного. — Таганрог-Актюбинск : Изд-во Ступина, 2007. — С. 143-146.

7. Каково целеполагание коммуникатора?

8. Каков медиаэффект?

9. Каков подтекст (затекст)?

10. Какие тексты на данную тему существуют в СМИ?

11. Какова традиция анализа подобных текстов/дискурсов?

Вопросов должно быть много, чтобы охватить различные уровни текста, чтобы анализ был объемным. Для теории журналистики важна поэтика публицистического текста, учитывающая возможности эстетического и эмоционально-субъективного воздействия на потребителя, которого публицист, как правило, старается привлечь на свою сторону, убедить в правоте отстаиваемой идеи. Суггестивно-убеждающий пафос МД можно считать третьей демаркационной линией в онтологии двух пересекающихся, но не сливающихся в амальгаму наук. Проиллюстрируем данный тезис примером из СМИ, взяв для конкретного рассмотрения политического текста статью журналиста Фреда Уэйра из американской газеты «Крисчан сайенс монитор», опубликованную 24 сентября 2010 г. Выбирая ЖТ, мы исходили из двух критериев: краткость и стандардно-унифицированный стиль изложения, исключающий долгие разговоры о языковой специфике, больше свойственной для методологии филологического анализа. Угол зрения при информационно-культурологическом анализе, используемом нами в данной статье, обусловлен необходимостью в процессе медиобразовательной практики больше оперировать смыслами, а не словами и синтагмами.

Заголовок материала (корреспонденции или маленькой статьи, что абсолютно irrelevantно для коммуникативистики) — «Почему Россия перекрывает крупные поставки оружия в Иран?» — говорит о ее актуальности и полемичности. Приведем полный перевод текста:

Кремль, много месяцев подряд посылавший противоречивые сигналы по поводу того, выполнит ли Россия спорный контракт на поставку усовершенствованных зенитных ракет С-300 Ирану, все-таки приказал остановить все продажи сложных российских вооружений в исламскую республику. Подписанное президентом Дмитрием Медведевым в среду постановление, налагает запрет на поставку в Иран боевых танков, бронетехники, крупнокалиберных артиллерийских систем, военных самолетов, военных вертолетов, судов и ракет, в том числе комплексов С-300. Этот шаг был предпринят в рамках мер по приведению действий России в соответствие с жесткими санкциями, утвержденными Советом Безопасности ООН в июне. За последние десять лет объем закупленных Ираном российских вооружений, в том числе зенитных ракет малой дальности Тор-М1, военных самолетов, подводных лодок и бронетехники, превысил 5 миллиардов долларов.

Заместитель министра иностранных дел России Сергей Рябков сказал, что, несмотря на окончание крупных поставок оружия, сотрудничество с Ираном в оборонной сфере продолжится — в тех областях, которые не оговорены в постановлении. «Имеются и другие направления», — сказал он журналистам. Запрет на продажи оружия был одобрен США и Израилем, но гневно осужден Ираном, на протяжении прошлого года ощущавшем все нарастающее отчуждение, вызванное прозападным дрейфом во внешней политике, который был инициирован Медведевым «Мы думаем, Россия должна продемонстрировать, что она обладает независимостью в выборе отношений с другими странами и позиции по международным проблемам», — сказал министр обороны Ирана генерал Ахмед Вахиди в эфире государственного телевидения. — Они до сих пор не сделали этого».

Соглашение на поставку пяти зенитно-ракетных систем дальнего действия С-300, которые очень похожи на американскую систему Patriot и стоят порядка 1 миллиарда долларов, было подписано еще в 2007 году и до сих пор вызывает множество слухов, дискуссий и дипломатических интриг. Крупные дебаты развернулись и внутри самой России — многие консервативные политики утверждают, что в случае аннулирования контракта пострадает авторитет Москвы в области торговли оружием и снизится влияние на Иран, который является давним экономическим партнером страны. Но Кремль, кажется, пошел на тщательно продуманный компромисс, приняв решение, в качестве дружеского жеста в сторону Ирана, завершить в прошлом месяце работу над Бушерской АЭС на юге страны, строительство которой сильно затянулось, между тем, задумав втихую засунуть сделку по С-300 в долгий ящик. «Мы не питаем никаких иллюзий относительно характера иранского режима», — заявил тогда журналистам Михаил Маргелов, возглавляющий комитет Совета Федерации по международным делам. «Именно поэтому, раз мы сотрудничаем с Ираном в области ядерной энергетики, как это происходит в случае завершения строительства Бушерской АЭС, мы делаем так, потому что это является единственным правовым механизмом способным поддерживать их в плане сотрудничества с международными организациями», — сказал он.

Первое впечатление от текста создается тоном автора, оперирующего точными сведениями, цифрами и инсайдерской информацией. Основной тон этого журналистского (естественно, медийного) текста тяготеет к объективизму. Взвешенность суждений и нейтральность авторской позиции подчеркивается отсутствием прямых оценок. Перед нами заметка корреспондента о событиях в Москве и мире, связанных с бойкотированием Ираном, производящего атомную энергию, но стремящегося к обладанию атомным оружием.

Конфликт Иран-США лежит в основе сюжета, кульминацией которого можно считать фразы «Крупные дебаты развернулись и внутри самой России — многие консервативные политики утверждают, что в случае аннулирования контракта пострадает авторитет Москвы в области торговли оружием и снизится влияние на Иран, который является давним экономическим партнером страны. Но Кремль, кажется, пошел на тщательно продуманный компромисс, приняв решение, в качестве дружеского жеста в сторону Ирана, завершить в прошлом месяце работу над Бушерской АЭС на юге страны, строительство которой сильно затянулось, между тем, задумав втихую засунуть сделку по С-300 в долгий ящик (*while quietly deciding to shelve the missile deal*)».

Тема и идея ЖТ обусловлены событиями лета-осени 2010 г., но подтекст требует учета долгой истории политической борьбы как на Ближнем Востоке, так и в мире. Стиль ЖТ лишен особых стилистических средств, он клиширован и прозрачен. Вместе с тем, как и в любом тексте, здесь есть выразительные детали. Используя в новостном тексте идиомы, коллоквиализмы (*diplomatic shenanigans*), автор достигает значительной экспрессивности, хотя его нарратив строго документален и сух. На фоне нейтральной литературной лексики немногочисленные экспрессемы выделяются подобно вспышке маяка. Выражение *carefully calibrated compromise* отражает авторское чувство понимания ситуации и готовность признать право РФ на выбор. В то же время аура недоверия к политике Кремля ощутима в интонациях первых абзацев корреспонденции (можно сказать, заметки). Автор словно пытается убедить аудиторию в неясности исхода сделки: будет ли Москва на стороне Запада или повернет лицом к авторитарным режимам — в этом интрига ЖТ, семантическая загадка.

Идея автора становится более понятна, если мы рассмотрим контекст публикации. Глобальный контекст, как известно, связан с конфликтом цивилизаций, с конфронтацией Запада и Арабского Востока. Иран стремится создать атомное оружие, чтобы противостоять США в борьбе за влияние. Россия, поддерживая Запад, в то же время стремится торговать с Ираном, продавать оружие. Отсюда интриги и слухи. «Крисчан сайенс монитор», будучи качественной газетой, дает сравнительно объективную картину, которая не противоречит макроконтексту и медийному дискурсу атлантических СМИ. Но контекст арабской антиамериканской прессы совершенно иной. Здесь обвиняют Россию за заигрывание с США и требуют жестче определиться в полемике. Масла в огонь подлила речь иранского лидера Ахиадинежада на заседании Генеральной Ассамблеи ООН в сентябре 2010 г.

Он обвинил США в развязывании информационной войны против ислама под видом борьбы с терроризмом. Более того, он заявил, что есть основания считать трагедию 11/9 делом рук некоторых олигархических кругов в

США, которые использовали арабских фанатиков. Мол, взрывы в торговом центре были более выгодны администрации Буша. Конечно, это заявление отдает бредом и непозволительно серьезному политическому деятелю, но как пропагандистский трюк оно имело резонанс. Ахиадинеджад упомянул и Афганистан, где льется кровь мирного населения, что тоже важно для понимания политической подоплеки материала в газете. Эти факты автор материала не упоминает, однако без такого фонового знания медиакритики не смогли бы давать многоаспектный анализ ЖТ.

Ссылаясь на М. Маргелова, американский журналист намекает на двойственность позиции российской элиты, теряющей деньги в случае поддержания международных санкций. Элита, как знает западный читатель, не заинтересована в приостановке поставок оружия, т.к. военные чиновники получают хорошие «чаевые» от иранцев и арабов. Подтекст материала Фреда Уэйра таков, что знающий читатель увидит разницу в позициях Медведева и Путина, что тоже волнует читателей. Последний более лояльно относился к Ирану. На Западе надеялись, что Медведев будет более близок к идеям неолиберализма, но ожидания не оправдались. Поэтому даже такой скромный шаг навстречу Западу получает в анализируемой заметке высокую оценку, причем это по преимуществу косвенно-оценочная лексика (*We do not have any illusions about the character of the Iranian regime at all*) и умиротворенный пафос автора.

Какая образовательная информация содержится в данной статье и во всем «иранском» медийном дискурсе? Во-первых, читатель узнает новые факты о борьбе за нераспространение ядерного оружия, а это глобальная и, увы, злободневная проблема. Во-вторых, международная журналистика помогает ориентироваться в мировых событиях, что немаловажно. Чтение ЖТ помогает выделить в стремительном событийном потоке ориентиры, увидеть за деревьями лес. В-третьих, мы узнаем и детали московских интриг вокруг Ирана, которые отражают нюансы внутренних российских противоречий. И, наконец, «иранский» дискурс примыкает по своей смысловой направленности к аналогичным политическим дискурсам (иракскому, афганскому и т.п.), что раскрывает закономерности политики США и Запада по отношению к развивающимся странам. Подобные статьи должны стать частью учебных программ по истории журналистики, по коммуникативистике, политологии и т.д. И, конечно же, свое слово должна сказать теория журналистики. Не в жанре дело, а в принципах анализа смысловой структуры ЖТ. Не типология издания важна, а информационно-воспитательный импульс медиадискурса. Не соотношение факта и эмоциональной субъективности, а контекстуальные связи, помогающие понять залог успешности коммуникативного акта и медиаэффект. Такова, на наш взгляд, стратегия анализа ЖТ как источника самообразования индивида.

Медиаобразование, как подчеркнули еще в 1960-х — 1970-х гг. Д. Бакингом, А. Харт, Л. Мастерман и др., основано на параллельном изучении слова и «картинки», визуализирующей достижения культуры. Последняя отражает процесс передачи информации от поколения к поколению, передачи адаптационных навыков в меняющемся мире, что делает ее предметом не только культурологии, но и коммуникативистики и педагогики. Автор так называемой «репрезентативной» теории медиаобразования Л. Мастерман, например, ратовал за формирование «критической автономии» личности, которая не позволит реципиенту быть объектом манипуляции. Английский теоретик медиаобразования, идя за П. Рикером («Конфликт интерпретаций»), полагает, что главные задачи медиакритиков — помочь учащимся и взрослым понять, как функционируют масс-медиа с точки зрения их логико-семантической самоорганизации, чьи интересы отражают СМИ, учитывая конфликт плюрализма и гипермонополизации, каково политическое и мировоззренческое содержание медиатекстов, как они отражают реальность и как воспринимаются аудиторией.

Знакомство с публикациями в научном журнале «Медиаобразование», который позиционирует себя как «Российский журнал истории, теории и практики медиапедагогики», убеждает в болезненности старых вопросов о качестве потребления медийной информации. Журнал «Медиаобразование», издаваемый с 2005 года в рамках программы ЮНЕСКО «Информация для всех», известен у нас менее, чем хотелось бы, хотя это очень актуальное издание, а в состав его редколлегии входят такие известные ученые, как Е.Л. Вартанова, С.Г. Корконосенко, А.П. Короченский, С.Н. Пензин, А.В. Шариков и др. Их выводы наводят на мысль о необходимости соединить теорию медиаобразования и теорию массовых коммуникаций, которую давно создали западные коммуникативисты (Г. Лассуэлл, П. Лазарсфельд, М. Маклюэн, М. Кастельс, Дж. Гербнер и т.д.) и отечественные культурологи и медиакритики (М. Бахтин, Ю. Лотман, Л. Землянова, М. Назаров, В. Деметьев и др.).

Изучение наследия ведущих теоретиков масс-медиа актуально для студентов-журналистов по ряду причин. Возрастание сложности информационно-культурных взаимодействий свидетельствует о правоте футурологов 1970-х — 1980-х гг. (Д. Белл, А. Тоффлер и др.), предсказавших наступление постиндустриальной информационной эпохи с ее культом многообразия и плюрализма во всех сферах человеческой жизни. Теоретики Запада давно проектировали картины грядущего, в котором информация станет движущей силой прогресса, а человек станет рабом техники. В эпоху, когда, по словам Жана Бордьяра, в масс-медиа «слишком много информации и слишком мало смысла», необходимо глубже изучать критерии, отражающие статические и динамические социокультурные аспекты производства и восприятия медиапродук-

та. Обращение к культурософским трудам, представляющим собой саморефлексию масс-медиа и коммуникативистики, рассмотрение их с точки зрения теории журналистики, думается, сегодня особенно актуально: оно позволит пересмотреть многое из того, что стало незыблемо-привычным, но давно устарело с точки зрения эволюции СМИ как части культуры. Изучение зарубежных теорий журналистики полезно для нас уже потому, что оно помогает расширить горизонт восприятия научных идей, порожденных технотронной эрой. Актуальна и «история вопроса», она позволяет, хотя ее контуры ниже только намечены, четче увидеть корни сегодняшних проблем и точнее ставить диагноз в тех случаях, когда явление еще только «вызревает» в броуновском движении социальной жизни.

Итак, анализ ситуации в сфере теории журналистики и медиакритики, сделанный в контексте усилий ЮНЕСКО по развитию медиаобразования, показывает необходимость совершенствования методик рассмотрения текстов и дискурсов. Конечно, важны и организационные усилия. Необходима консолидация педагогических вузов, факультетов журналистики, медиапедагогов-экспериментаторов и также медийного сообщества, координация взаимодействия государственных структур. Необходимо с культурософских позиций изучать совокупность процессов общения, которые формируются, протекают и видоизменяются в средствах массовой коммуникации (СМК)⁹.

Хорольский Виктор Васильевич, профессор факультета журналистики Воронежского государственного университета.

⁹ См.: Основы теории коммуникации : Учеб. для вузов по специальности 020300 «Социология» / М.А. Василек, М.С. Вершинин, В.А. Павлов и др. / Под ред. М.А. Василика. — М.: Гардарики, 2003. Также: Berko R.M., Wolvin A.D., Wolvin D.R. Communicating. — Boston, 1992.

Содержание

А.И. Акопов

Ретроспективный взгляд на развитие СМИ
и их современное состояние
на фоне технологических инноваций 3

С.Г. Корконосенко

Идеалы и реалии коммуникационной свободы
в политическом измерении 18

Т.В. Лебедева

Журналистика русского зарубежья:
требуются персоналии 43

Л.М. Макушин

Цензурный режим и система русской периодической печати в
эпоху великих реформ Александра II 58

Е.П. Прохоров

Информационная безопасность и ее обеспечение 74

С.Л. Страшнов

Об аспектном изучении журналистики 98

В.В. Тулупов

Моделирование в журналистике 105

В.В. Хорольский

Медиаобразование
как проблема теории журналистики 141

Сверстано и отпечатано
в редакционно-издательском центре
факультета журналистики ВГУ.
394 068, г. Воронеж, ул Хользунова, 40А