

ЖУРНАЛИСТ СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

ПЕРИОДИЧЕСКОЕ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ
издается с 2011 г.

включен в Перечень рецензируемых научных изданий ВАК по отраслям науки
и группам специальностей научных работников:

22.00.00 – социологические науки; 23.00.00 – политология;

10.01.00 – литературоведение

журнал входит в систему РИНЦ

№ 1 (25) 2017

**Главный редактор - А.В. Черняк, профессор, доктор исторических наук,
Заслуженный работник культуры РФ (Журналистика)**

Экспертный совет журнала

Богданович Галина Юрьевна – профессор, доктор филологических наук, декан факультета славянской филологии и журналистики Таврической академии Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского.

Валовая Мария Дмитриевна – профессор, доктор экономических наук, профессор, кандидат филологических наук, советник ректора Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова.

Ванев Георгий Станев – профессор, доктор политических наук, главный редактор газеты «Работнически вестник» (Республика Болгария).

Варганова Елена Леонидовна – профессор, доктор филологических наук, декан факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова.

Гавра Дмитрий Петрович – профессор, доктор социологических наук, заведующий кафедрой связей с общественностью Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета.

Гариффулин Васил Загитович – профессор, доктор филологических наук, руководитель Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций Казанского (Приволжского) федерального университета.

Дубовик Сергей Валентинович – профессор, кандидат филологических наук, директор Института журналистики Белорусского государственного университета (Республика Беларусь, Минск).

Дугин Евгений Яковлевич – профессор, доктор социологических наук, заведующий кафедрой тележурналистики ФБГОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».

Иванищева Ольга Николаевна – профессор, доктор филологических наук, заведующая кафедрой культурологии и межкультурных коммуникаций, теории языка и журналистики ФБГУ ВО Мурманского арктического университета.

Ибраева Галлия Джумсудовна – доктор филологических наук, профессор факультета журналистики Казахского национального педуниверситета имени Абая

Редакционный совет журнала

(Республика Казахстан, Астана).

Коновалова Ольга Васильевна – профессор, доктор филологических наук, профессор кафедры политологии и этнополитики Южно-Российского института-филиала РАНХ и ГС при Президенте Российской Федерации (Ростов на Дону).

Клинецвич Франц Адамович – кандидат психологических наук, первый заместитель председателя Комитета по обороне и безопасности Совета Федерации Федерального собрания Российской Федерации.

Лозовский Борис Николаевич – профессор, доктор филологических наук, директор департамента «Факультет журналистики» Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина.

Маркин Валерий Васильевич – профессор, доктор социологических наук, руководитель Центра региональной социологии и конфликтологии ФГБУН Института социологии РАН.

Огнев Константин Кириллович – доктор искусствоведения, профессор, ректор ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии» (Москва).

Пую Анатолий Степанович – профессор, доктор социологических наук, директор Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ.

Саринжинов Аслан Бакенович – ассоциированный профессор Школы образования «Назарбаев Университет», министр образования и науки Республики Казахстан.

Скворцов Ярослав Львович – доцент, кандидат социологических наук, декан факультета международной журналистики Московского государственного института международных отношений (университет).

Тарасов Илья Николаевич – профессор, доктор политических наук, заведующий кафедрой политики, социальных технологий и массовых коммуникаций Балтийского федерального университета имени Иммануила Канта.

Усвяцов Борис Михайлович – профессор, доктор политических наук, руководитель Экспертного совета по обороне Государственной думы Российской Федерации

Чумиков Александр Николаевич – профессор, доктор политических наук, генеральный директор ЗАО «Международный пресс-клуб. Чумиков PR и консалтинг».

Шабров Олег Федорович – профессор, доктор политических наук, заведующий кафедрой политологии и политического управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

Шапиро Брюс – профессор коммуникации Йельского университета (США).

Шкондин Михаил Васильевич – профессор, доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник Проблемной научно-исследовательской лаборатории по изучению актуальных проблем журналистики факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова.

Шомова Светлана Андреевна – доктор политических наук, профессор Высшей школы экономики

Редакционный совет

Богданов Всеволод Леонидович – почетный профессор Санкт-Петербургского государственного университета, председатель Союза журналистов России.

Головко Сергей Борисльевич – кандидат филологических наук, доцент Учебно-научного центра экономики и социологии медиарынка Института массмедиа Российского государственного гуманитарного университета.

Дзялошинский Иосиф Михайлович – профессор, доктор филологических наук, руководитель образовательной программы Медиакоммуникации факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ «Высшая школа экономики».

Коханова Людмила Александровна – профессор, доктор филологических наук, профессор кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова.

Мальцев Геннадий Петрович – член-корреспондент РАЕН, генеральный директор Издательского дома «Журналист».

Речицкий Леонид Антонович – доцент, кандидат исторических наук, заместитель главного редактора журнала «Журналист. Социальные коммуникации».

Тулупов Владимир Васильевич – профессор, доктор филологических наук, декан факультета журналистики Воронежского государственного университета.

Хелемендик Виктор Сергеевич – профессор, доктор исторических наук, член-корреспондент Академии образования Российской Федерации.

Содержание

Теория и практика современных СМИ

Хелемендик В.С.

**Информационный глобализм и информационная
идентичность.....6**

Булатова Е.И.

**Отражение в зарубежных СМИ информационной операции
«Установка флага РФ на дне Северного Ледовитого океана».....17**

СМИ и общество

Дугин Е.Я.

Региональное телевидение: стратегии развития или судьба?.....27

Валовой Д.В.

**Нынешняя мировая экономика – это афера
и мошенничество.....40**

Гаймакова Б.Д.

Драматургия речевых жанров телевидения.....47

Цыганенко А.М.

Печатная индустрия смотрит в будущее.....56

Коханова Л.А.

**Новая специализация в редакции – журналист
по работе с Сетью.....62**

Ажгихина Н.И.

Две страны - одна профессия.....73

История журналистики

Черняк А.В.

Печать – агитатор и организатор революций в России.....83

Политология

Гранин Ю.Д.

«Запад» и альтернативные стратегии модернизации.....104

Быков А.Ю.

**Средства массовой информации США в условиях политической
поляризации американского общества.....118**

СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Жабский М.И.

Кинокритика в социологическом ракурсе.....129

Аннотации к статьям номера (на английском языке).....143

Информационный глобализм и информационная идентичность

Хелемендик В.С., доктор исторических наук, профессор, член-корреспондент Российской академии образования.

В статье предпринята попытка определить понятия «информационный глобализм» и «информационная идентичность». Для решения этой задачи привлечен значительный эмпирический материал: публикации печати, теле- и радиопередачи.

Ключевые слова: глобализация, вестернизация, информационная война, информационный глобализм, информационная идентичность, государственный национализм, этнический национализм, геополитика, массовая культура, реалити-шоу, ценности.

Медийное обеспечение вестернизации: информационный глобализм

Информационные войны в XX-XXI вв. обрели новое качество благодаря бурному прогрессу СМИ: прогрессу технических средств сбора, обработки и передачи информации, а также форм и способов манипулирования сознанием аудитории, влиянию массовой культуры на стандартизацию образа жизни людей. Сегодня информационная война ведется не между отдельными государствами, «это уже напрямую война цивилизаций – столкновение различных базовых ценностей, значений, теорий»¹. Адепты вестернизации считают (и не скрывают этого), что глобальная информационная война призвана оставить на планете только одну цивилизацию, остальные же, обладающие иными, не «общечеловеческими ценностями», обречены уйти в небытие. Создавшаяся ситуация порождает необходимость исследования реально возникшего в медиасистемах Запада (в известной степени имеющего место и в других странах) феномена, который, на наш взгляд, правомерно назвать информационным глобализмом.

Определение понятия: *информационный глобализм является конкретной актуализацией концепта информационной войны в современных условиях и имеет целью медийное обеспечение всех основных проектов вестернизации (геополитического, финансово-экономического, культурно-ценностного и др.) благодаря заранее спланированному синхронному взаимодействию транснациональных медиакорпораций и национальных СМИ стран Запада.*

¹ *Рассторгуев С.П.* Философия информационной войны. – М.: 2001. С. 194.

Исследованию информационной войны как составляющей современной цивилизации посвящен ряд серьезных трудов отечественных ученых: Г. Почепцова, В.А. Лисичкина, С.П. Расторгуева, Л.А. Шелепина и др. Самой лаконичной, можно сказать рабочей, является следующая дефиниция: «Информационная война – коммуникативная технология по воздействию на массовое сознание с кратковременными или долгосрочными целями». Разработаны стратегия и тактика информационной войны, определена матрица принципов, форм и методов ее ведения.

Информационному глобализму как конкретной форме ведения информационной войны свойственны такие основные характеристики: 1) наступательность, 2) агрессивность, 3) массированность, 4) универсальность (вовлеченность всех СМИ, включая Интернет). Каждая из этих характеристик теоретически обосновывается и на Западе. Например, на прошедшей под эгидой американского правительства 5-ой Международной научной конференции по информационной войне (1996 г.) был сделан следующий вывод: «Стратегия применения информационного оружия носит исключительно наступательный характер»¹. Если это признается, то мы всегда имеем возможность реально определить информационного агрессора.

Рассмотрим механизм действия информационного глобализма (**геополитический аспект**) на примере конкретного проекта: освещения мировыми СМИ агрессии Грузии против Южной Осетии 8-го августа 2008-го года.

Анализ сообщений транснациональных информационных агентств, передач ТВ и РВ, публикаций печатных изданий западных стран свидетельствует о том, что алгоритм реакции данной медиасферы на происшедшее был определен четко: а) умолчание (утаивание объективной информации); б) массированное введение в информационное пространство фактов, представляющих сознательную дезинформацию; в) ложные рассуждения, так называемая аналитика на основе фальсифицированных фактов с акцентом на эмоциональное, а не на рациональное осмысление происходящего.

Действовали эти СМИ синхронно, словно по команде. О факте нападения Грузии на Южную Осетию, а также о том, что, спасая мирных жителей от агрессора, Россия действовала строго в рамках Устава ООН, не было сказано ни слова. Транслировалась грузинская версия событий: телеканалы Би-Би-Си, Си-Эн-Эн, французский ТВ-5 представили эфир М. Саакашвили, который заявил о нападении России на Грузию. На экране – кадры горящего Цхинвала, а телеведущие убеждали зрителей, что это разрушенный русскими грузинский город Гори.²

¹ См.: Смолян Г., Цыгичко В., Черешкин Д. Новости информационной войны // Защита информации. «Конфидент», № 6, 1996.

² 8 августа 2010 года в передаче под названием «Война в прямом эфире» (Первый канал ТВ) было показано, как два года назад грузинские власти продолжили фальсификацию событий и совершили новый подлог: дабы доказать достоверность бомбежек в Гори,

В газетах тиражировалась аналогичного рода информация: статьи и репортажи сопровождалась карикатурами, где Россия изображалась медведем, протягивающим когтистую лапу к беззащитной Грузии. Одним словом, западные СМИ действовали против нашей страны по лекалам «холодной войны», которая велась во все времена: общая идеология – историческая агрессивность России; адрес – целенаправленная аудитория (внутри нашей страны и за ее пределами); во время Великой Отечественной войны – «народ, страдающий под бременем большевиков»; позже – тот же народ, особенно интеллигенция, «под гнетом партократии»; в последние десятилетия – «нации, которые отделились от России и теперь находятся под угрозой нападения с ее стороны»¹. Под дирижирующим управлением транснациональных медиа СМИ Западной Европы в подавляющем большинстве также заняли антироссийскую позицию. В ФРГ, например, в первые три дня военных действий на Кавказе вся информация поступала лишь по каналу Си-Эн-Эн, а когда появились собственные публикации, то их отличало негативное отношение к России. Это неудивительно, так как статьи и передачи были подготовлены в Тбилиси. Часто встречающимся стереотипом в материалах прессы было обвинение России в «демонстрации силы», в неоимпериализме.

Итак, мы рассмотрели типичные примеры геополитического глобализма. Уместно подчеркнуть, что аналогичные массивные, нередко долговременные медийные операции многократно проводились и проводятся США и их союзниками во имя пропагандистского прикрытия военных действий – прямой агрессии, экспансии с целью повышения своего статуса и благополучия – иначе говоря, с целью осуществления политики «государственного национализма» (Ю.Д. Гранин), которая

выселили жильцов одного дома, затем несколькими снарядами подожгли две квартиры и пригласили зарубежных корреспондентов посмотреть «разбомбленный» русскими город. Конечно, эти журналисты, посылая свои статьи в редакции, прекрасно знали, что это обман, но англичанин Джеймс Харт объяснил: «Главное – любыми путями надо добиться освещения проблемы с нужной стороны...»

В практиках информационного глобализма подобный прием подлога типичен. В октябре 1990 года мировые СМИ облетел рассказ 15-летней кувейтской девочки о том, что она видела, как иракские солдаты вынесли из родильного дома младенцев и бросили их на мостовую. Имя девочки демонстративно скрывалось, якобы из соображений безопасности. Президент Дж. Буш использовал данный телесюжет 10 раз за 40 дней перед вторжением в Ирак. А позже выяснилось, что эта девочка – дочь посла Кувейта в США, она никак не могла видеть того, о чем рассказывала, потому что все время находилась на территории США. Но благодаря ее выступлению американское общественное мнение (и в какой-то мере мировое) было подготовлено для превентивного оправдания очередной американской агрессии.

См. об этом: «Методы и приемы психологической войны». – М.: АСТ, Мн.: 2006. С. 291.

¹ См.: *Никитин М.И.* Информационные войны против России: общие характеристики и основания для типологизации. В кн.: «Общественная повестка дня и коммуникативные практики СМИ». Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Журналистика 2008». – М.: 2009. С.78.

направлена против стран, защищающих свою независимость и суверенитет (Югославия, Афганистан, Ирак (две войны, оккупация), а сегодня – Ливия, Сирия, Иран)¹.

Культурно-ценностный аспект информационного глобализма. В энциклопедической статье «Глобализация» постулируется, что в настоящее время востребована *новая этика*, предлагающая серьезную трансформацию мировоззренческих позиций, культурных и ценностных установок. Такая «модернизация» этики, на наш взгляд, вбирает в себя два основных взаимодополняющих потока:

а) распространение (навязывание) всему миру под видом «общечеловеческих» западных (либеральных) ценностей;

б) отказ от традиционных гуманистических ценностей, акцентирование стереотипов массовой культуры, которые направлены на формирование у людей асоциальных установок.

А.А. Зиновьев, всемирно известный ученый (его труды изданы более чем на 20-ти языках мира) на основе созданной им социологической теории осуществил анализ советской и западноевропейской цивилизации и убедительно доказал, что общечеловеческих ценностей на самом деле не существует, поскольку человечество не образует единое целое, а состоит из множества цивилизаций – и по национальному, и по формационному признаку. «Действенную силу, – по А.А. Зиновьеву, – имеют только те ценности, которые отражают черты реальных социальных организаций. Например, включение в систему ценностей коммунизма права на труд, отдых, образование, обеспеченную старость, жилье и т.д. отражало реальность Советского Союза и других коммунистических стран, а включение в систему ценностей демократических свобод и прав (общеизвестные права человека) отражает реальность стран Западного мира. США и страны НАТО навязывают всему человечеству систему западных ценностей, которые на самом деле представляют собой не что иное, как закамуфлированные с идеологическим и геополитическим расчетом ценности стран «золотого миллиарда»².

Основы либеральной идеологии включают в себя: признание частной собственности как высшей фундаментальной ценности; веру во всеислие денег как всеобщего эквивалента, мерила всех вещей; утверждение об исходном, природном неравенстве людей, их разделении на «сильных» и «слабых»; свободу личности: есть «Я», индивид, а все остальные – чуждые; примат прав человека перед правами общества.

Экспансия в Россию либеральных ценностей как долговременная массивная акция информационного глобализма в новейшее время³

¹ Разумеется, каждая из названных информационно-глобалистских операций заслуживает специального исследования.

² Зиновьев А.А. Социальная организация и система ценностей. В кн. «Распутье». – М.: 2005. С. 289.

³ Победившие в феврале 1917 года политические партии – кадеты и их союзники –

началась в период перестройки и с тех пор не прекращается ни на один день.

Названные здесь либеральные ценности российские массмедиа (большинство федеральных изданий, центральных теле- и радиоканалов) уже почти три десятилетия внедряют в массовое сознание. Наиболее последовательно и агрессивно эту пропагандистскую компанию ведут, к примеру, газеты «Коммерсант», «Новая газета», радиостанция «Эхо Москвы», телеканал «Дождь». В этом плане они функционируют в ключе информационного глобализма – в едином русле с западными СМИ, задача которых – разрушить культурные коды и защитные механизмы психики граждан иных суверенных государств, т.е. все, что связано с традиционными ценностями и сохранением исторической памяти.

Либеральные СМИ выполняют социальный заказ на формирование личности определенного типа: а) «гражданина мира»; б) человека, не имеющего четкого представления о том кем и как *быть*, зато знающего, как *иметь* (т.е. потреблять); в) психически разбалансированного (на грани шизоидных состояний), без четкой системы координат.

Информационная идентичность

Журналистские тексты (независимо от медийного носителя) являются коммуникативной средой, объединяющей смысловое пространство страны (региона). Самым общим основанием понятия информационная идентичность является слово *identifiko* (от лат. – отождествляю).

Определение понятия: *Информационная идентичность – это объективное и полное отражение средствами массовой информации текущей действительности (современности) с целью формирования у людей осознания своей цивилизационной принадлежности.*

Предложенное выше определение общо, концептуально, поэтому целесообразно прибегнуть к его конкретизации, а именно: определить *границы (составляющие)* медийной реализации информационной идентичности: геополитическая, национальная (патриотическая), экономическая, социальная, нравственная (ценностная), историческая, культурная, языковая и др.

Анализ эмпирического материала необходимо также предварить двумя принципиальными в *методологическом* плане тезисами:

– на практике границы информационной идентичности нередко реализуются не в чистом виде, а сближаются, смыкаются, взаимодополняются;

– всем граням информационной идентичности – в процессе функционирования СМИ – противостоят, как «двойники» (со знаком минус),

предложили обществу импортные (буржуазные, теперь их называют либеральными) ценности, а значит чуждый, радикально отличающийся от славянского, русского цивилизационный путь. Однако тогда эти притязания история отвергла.

соответствующие аспекты информационного глобализма.

Национально-патриотическая грань информационной идентичности. Люди старшего поколения хорошо помнят, как встречали в стране, в Москве, в мире первого космонавта. Такого не было в истории и вряд ли когда-либо повторится: сотни тысяч людей заполнили все улицы и площади, ликовали, выражали чувства радости, гордости и восхищения; символизировали единение народа. Когда позже Ю.А. Гагарин побывал в Лондоне, не очень-то эмоциональные англичане восторженно приветствовали его и на руках пронесли по улицам – ведь это был прорыв *человечества* в космос.

9 марта 2009 года исполнилось 75 лет со дня рождения Юрия Алексеевича. Я посмотрел почти все передачи федеральных телеканалов: на Первом показана передача «Улыбка Гагарина» (10.00–11.20; две рекламные паузы по 4 минуты); по каналу «Культура» – передача «Гагарин – сын, брат, отец» (12.30–13.00). Отметим время вещания: рабочий день, понедельник. О чем же шла речь? Однокашники, сослуживцы, соседи делились своими воспоминаниями; в который раз муссировалась легенда о том, что «Гагарин жив». Подробно рассказывалось о праздновании 75-летия в Гжатске: зрителям явно давали понять, что это дата местного значения¹.

В программе В.Соловьева «Поединок» (16 мая 2013 г.) известный либерал Л. Гозман практически зачеркнул подвиг Ю.А. Гагарина, говоря о нем цинично-приземленно: а что он совершил? Один виток в космосе, тренировки, подготовка к старту, а затем ездил по всему миру – рекламировал какая хорошая страна Советский Союз...

С началом перестроечных времен в СМИ (в основном столичных) развернулась кампания развенчания, а порой и глумления над героями Великой Отечественной войны, – панфиловцами, молодоговардейцами, Зоей Космодемьянской и многими другими.

Происходит тотальная дискредитация российской и советской истории. Причем нередко основные действующие лица на телеэкране – ученые наподобие А.Н. Сахарова, исповедующие либеральные, а по существу – антироссийские взгляды. Так, академик РАН Ю. Пивоваров называет Александра Невского «смрадным». Профессор МГИМО А. Зубов задается вопросом: маршал Жуков, который «сражался за Сталина и в конечном итоге обеспечил Сталину восстановление тоталитарного режима уже не только в России, но и в половине Европы, разве он не совершил предательство России?..» По Зубову выходит, что патриот России – это генерал Власов, воевавший на стороне фашистских захватчиков.

Хочется надеяться, что Государственная дума, где рассматривает-

¹ Для сравнения: тогда же, в марте 2009 года (с разницей в 2 дня), СМИ с огромной помпой отмечали 75-летие Михаила Жванецкого. На протяжении недели на всех телеканалах ему было отдано в десятки раз больше эфирного времени и, конечно же, в вечернее время, в прайм-тайм. Видимо, нет необходимости говорить о несопоставимости этих двух юбилеев в истории и жизни страны – и в «зеркале» телевидения.

ся вопрос об уголовной ответственности за реабилитацию нацизма, осквернение памяти о Великой Отечественной войне, примет соответствующий закон.

В либеральных массмедиа (в частности, в теле- и радиоэфире) в адрес сторонников патриотического воспитания зазвучало вытасченное из недр прошлого обвинение в «квасном патриотизме». То же самое происходило и во второй половине 30-х годов XX в., когда государство совершило решающий радикальный поворот в сторону русского и сплотившего все народы страны советского патриотизма, жестко (и жестоко!) устраняя «пятую колонну» из числа тех, для кого Россия была лишь щепкой для разжигания пожара «мировой революции»¹.

Нравственно–ценностная грань информационной идентичности

В начале XXI века в России бытуют три группы ценностей: либеральные, религиозные и ценности советской цивилизации.

Социалистическая идея в нашей стране была поддержана большинством населения потому, что воплощала в себе извечное, глубинное стремление русского народа к социальной справедливости, несущей возможность счастливой земной жизни для всех людей, а также к солидарности (общинности) как сердцевины славянской цивилизации. Историческое родство и преемственность, близость советской и христианской (православной) морали легко прослеживаются при непредвзятом сопоставлении текстов Нагорной проповеди и Морального кодекса строителя коммунизма.

Возьмем такую ценность, как труд: «Добывай хлеб в поте лица своего» и «Тот, кто не работает, тот не ест». Известная евангельская притча о том, что Иисус Христос сурово осудил того, кто, не пожелав трудиться, зарыл свой талант в землю, напрямую созвучна с изначально предложенными обществу императивами советской социальной системы.

Право на труд и обязанность трудиться были закреплены в Конституции СССР. И, что самое главное, были гарантии реализации этого права. В стране созидающей, работающей, думающей о завтрашнем дне лучшие люди из всех сфер жизни – производственной, научно-технической, интеллектуальной, культурно-образовательной – получа-

¹ Приведем наглядный пример. Когда в 1938-ом году Всеволод Вишневский опубликовал роман-фильм «Мы – русский народ», обрушился шквал критики в адрес автора – «квасного патриота» («Литературная газета», «Красная новь» и другие издания). Почему? Это было талантливое произведение о первых боях рождающейся Красной армии, о разгроме интервентов (немецких оккупантов); центральная идея – многовековая борьба русского народа за независимость Отечества. Если бы был поставлен фильм, он скорее всего встал бы в один ряд с «Александром Невским» С.Эйзенштейна. Однако либеральные критики добились своего: киностудия расторгла договор с писателем. См.: Хелемендик Виктор. Всеволод Вишневский. – М.: «Молодая гвардия», Серия «Жизнь замечательных людей». 1980. С. 251-265.

ли общественное признание, становились в прямом смысле героями – Героями Социалистического труда, их портреты не сходили со страниц газет и журналов, экранов телевизоров.

Сейчас эти традиции советских СМИ по преимуществу сохранились в региональных – республиканских, краевых, областных и районных газетах, теле- и радиопрограммах: человек труда, создатель материальных, интеллектуальных благ в них по-прежнему занимает значительное место.

Одна из коренных ценностей Православия – социальная справедливость, определяющая отношение к богатству и социальному расслоению в обществе. Творец, создавая Землю, хотел, чтобы она была общим достоянием: солнце, воздух, земля, вода дарованы всем. В Нагорной проповеди сказано: «не собирайте себе сокровищ на земле, где моль и ржа истребляют и где воры подкапывают и крадут». Главными противниками Христа были те, кто стремился к наживе – не зря же он выгнал ростовщиков из Храма; основное противоречие – между стяжательством и жизнью, полезной обществу. Господь сформулировал это противоречие с великой ясностью в словах: «Не можете служить одновременно Богу и Мамоне».

В советской цивилизации была устранена основа социального неравенства – частная собственность, т.е. не абстрактные призывы и пожелания, а законы общественного строя исключали накопление богатства, передачу его по наследству и определяли *социальную справедливость как высшую ценность*. У подавляющего большинства населения была уверенность в завтрашнем дне: гарантированная работа и зарплата, бесплатные образование и медицина. Каждый гражданин получал свою долю ренты от общенародной собственности (промышленные предприятия, полезные ископаемые – каменный уголь, нефть, газ и т.д.) в виде социальных выплат, которые составляли 1,5 фактической заработной платы в деньгах (оплата жилья, транспорта, электроэнергии, телефона и др.).

Рассмотрим другую основополагающую ценность – соборность, общинность в Православии и коллективизм в советской цивилизации.

Человек восходит к Богу через любовь, дух народный находит успокоение только в мысли о единстве людей. Общиной жили первые христиане. Опираясь на идею Пресвятой Троицы, религиозный философ Павел Флоренский в свое время писал: «Идея общежития как совместного жития – назовется оно по-гречески киножией или по латыни *communia*, – всегда столь близка русской душе и сияет в ней как вожделеннейшая заповедь жизни...»¹.

Для российской общины на протяжении веков были характерны коллективная ответственность, приоритет интересов коллектива над лич-

¹ Флоренский П.А. У водораздела мысли. – Новосибирское книжное издательство. 1991. С.162.

ными интересами, невозможность уйти из общины, не передоверив свой надел и уплату долгов кому-либо. Здесь торжествовали уравни-тельно-справедли-вые принципы, в частности, передел земли происходил не по числу работников, а по числу едоков. Эти ценности коллективной собственности и ответственности прямо противостояли либерально-индивидуалистическим ценностям буржуазного общества.

В Моральном кодексе строителя коммунизма было записано: «человек человеку – друг, товарищ и брат». Образование трудовых (деловых) коллективов, в которые было вовлечено все население страны, – главный результат социальной революции в России. Императив «интересы коллектива выше интересов индивида» отражал действительный характер взаимоотношений между людьми в советское время; коллективизм – цивилизационно-образующая ценность нового общества.

Даже такой краткий анализ позволяет сделать вывод о том, что объединение людей на основе осознания духовно-нравственной преемственности и близости религиозных и социалистических ценностей – это перспективный (а скорее – и единственный) путь существования и спасения русской цивилизации, возрождения экономики, культуры, науки, образования и духовной жизни, а также обеспечения суверенитета и независимости Отечества¹.

Эта концепция, разумеется, не нова, ее разрабатывали многие ученые. Н.А. Бердяев, яростный противник советского строя (из-за имевших место насилия и принуждения) и одновременно, по его собственному признанию, «аристократический мыслитель, признавший правду социализма», – убедительно доказал взаимосвязь и общность ценностей христианства и социализма. «Именно индустриально-капиталистическая эпоха подчинила человека власти экономики и денег, и не подобает ее адептам учить коммунистов евангельской истине, что «не о хлебе едином жив будет человек», – но также и о хлебе, и хлеб должен быть для всех (подч. – В.Х.). Коммунизм есть великое поучение для христиан, частое напоминание им о Христе и Евангелии»². Как мы уже отмечали, с начала перестройки началось и по сей день в либеральных СМИ продолжается размывание, высмеивание *ценностей советской цивилизации*. Но в 2012-ом году впервые яростные атаки этих и международных массмедиа направлены уже и против *православных ценностей*. Кошунственная акция группы «Пусси Райт» в Храме Христа Спасителя показала, что наступление против коренных ценностей России (повторим еще раз – близких и родственных на протяжении всей истории) набирает новые обороты. Так считает и Патриарх Кирилл: «Если в двух словах сказать о том, что происходило и проис-

¹ См. об этом подробнее: *Хелемендик В.С.* Традиции и ценности Православия в региональной печати. // Вестник электронных и печатных СМИ. 2008. № 5. Часть II. С. 3-25. *Хелемендик В.С.* Выступление. – Работа духовного возрождения. «Круглый стол» по проблемам воспитания // «Наш современник». 1998, № 11-12. С.164-165.

² *Бердяев Н.А.* Истоки и смысл русского коммунизма. – М.: 1990. С. 150-151.

ходит с точки зрения агрессии против Церкви, то явление это, конечно, не случайное. Меня не покидает мысль, что это некая разведка боем. Но еще следует добавить, что это агрессия против нашего культурного ядра, против нашего цивилизационного кода»¹. В официальной советской идеологии связи между христианством и потоком социалистически-коммунистических идей замалчивались или искажались в угоду требованиям научного коммунизма. Сегодня происходит то же самое, но есть существенное отличие: неолиберализм, страшая объединения в сознании людей православия и социализма, подвергает эту идею ожесточенным атакам.

В этой ситуации по инициативе А.А. Проханова в конце 2012-го года основан Изборский клуб патриотов различных взглядов и направлений с целью выработки государственной идеологии, центральное место в которой занимает именно идея сплава традиционных ценностей. Участвуя в программе «Русский вопрос», А.А. Проханов на вопрос ведущего об Изборском клубе – «Это левый проект?» – ответил: «А Иисус Христос – кто? Левый? Защитник бедных и враг богатых...»².

Естественный вывод из вышесказанного – существует непреложное требование к журналистским коллективам и каждому творческому работнику: осознаваемые ими, а затем транслируемые аудитории ценности всецело определяют содержание и смысл их профессиональной деятельности. Если ценности, которые журналисты отстаивают и распространяют, отвечают чаяниям и надеждам большинства россиян, то это значит: *ценностная грань* информационной идентичности ими реализуется сполна.

В заключение необходимо подчеркнуть:

– теоретическим основанием понятия «информационный глобализм» является понятие «государственный национализм», а понятия «информационная идентичность» – «этнический национализм»;

– информационный глобализм является орудием разрушения всех видов идентичности народов, в том числе национальной идентичности народов России, что представляет огромную угрозу государству как единому геополитическому, экономическому, социокультурному пространству;

– агрессия информационного глобализма требует от средств массовой информации, журналистов, ученых-гуманитариев глубокого осоз-

¹ «Церковь и общество: как вернуть доверие?» – «Аргументы и факты». 2012 г., № 38. С.8.

² ТВЦ. Программа «Русский вопрос». 2013, 15 мая. В программе «Поединок» (26 сентября 2013 года) на вопрос В. Соловьева о причинах популярности А. Проханова «третейский судья», директор института социологии РАН М. Горшков ответил: результаты последних масштабных социологических исследований свидетельствуют, что две трети россиян разделяют традиционные отечественные ценности. И данная передача еще раз подтвердила эту тенденцию – телезрители присудили победу А. Проханову – 72 000 голосов; его противник, известный либерал-западник Н. Злобин получил 16 000 голосов.

нения данного явления, выработки адекватной реакции с целью защиты цивилизации своей страны.

Рассмотренные в статье грани информационной идентичности являются, на наш взгляд, главными компонентами национального и социального статуса СМИ любого суверенного государства.

Литература:

- *Бердяев Н.А.* Истоки и смысл русского коммунизма. – М.: 1990.
- *Зиновьев А.А.* Распутье. – М.: 2005.
- *Кара-Мурза С.Г.* Советская цивилизация. От начала до Великой Отечественной войны. – М.: 2005.
- *Лисичкин В.А., Шелетин Л.А.* Третья мировая война. – М.: 1999.
- *Общественная повестка дня и коммуникативные практики СМИ. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. «Журналистика» 2008).* – М.: 2009.
- *Почепцов Георгий.* Информационные войны. – М.: 2000.
- *Хелемендик В.С.* Традиции и ценности Православия в региональной печати // Вестник электронных и печатных СМИ. Актуальные проблемы печатных СМИ. Ч. II. – М.: ИПК ТВ и РВ. 2008.
- *Хелемендик Виктор. Всеволод Вишневский.* – М.: «Молодая гвардия», серия ЖЗЛ. 1980.

Отражение в зарубежных СМИ информационной операции «Установка флага РФ на дне Северного Ледовитого океана»

УДК: 316.77; 070; Код ВАК РФ: 10.01.10

Булатова Е.И., аспирант кафедры печатных СМИ ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»; e-mail: vezdehod27@yandex.ru

Рассматривается отражение в зарубежных СМИ российской информационной операции по установке флага РФ на дне Северного Ледовитого океана. Анализируются механизмы ведения информационной войны, с помощью которых в зарубежных СМИ дискредитируются действия российских первопроходцев. Изучаются стереотипы восприятия установки флага как механизма территориальной экспансии, характерные для постколониального общества Америки, Канады и Австралии.

Ключевые слова: информационные войны, информационные операции, арктические притязания России, геополитические интересы, «закон открытия».

В последние годы Россия стремится вернуть себе статус арктической державы. О планах России в Арктике начали говорить в 2000-х, но к 2007 году политические заявления воплотились в конкретные действия.

В 2007 году главным мероприятием по отстаиванию геополитических интересов в Арктике стала установка российского триколора под полюсом, на дне Северного Ледовитого океана. Об этом свидетельствует тот факт, что на страницах официального печатного органа правительства – «Российской газеты», транслирующей позицию руководства страны по наиболее значимым вопросам внешней и внутренней политики, установке флага в 2007 году непосредственно посвящены 17 из 50 публикаций, касающихся арктической тематики, в других 33-х материалах эта тема затронута так или иначе.

Экспедиция вызвала большой интерес и в зарубежных СМИ. Во многих из них были развернуты соответствующие контроперации, а зарубежные политики поспешили включить Арктику в геополитическую повестку дня. Событие было настолько резонансным, что зарубежные журналисты и сегодня зачастую вспоминают о нем, готовя очередную публикацию об арктических притязаниях России. Многие российские и зарубежные публицисты небезосновательно считают, что именно оно дало старт большой арктической гонке. *«Все изменилось летом 2007 года. В тот момент русские решили установить российский флаг на*

дне моря непосредственно в районе Северного полюса и таким образом заявить: Северный полюс принадлежит нам. Это была чистая пиар-акция, однако сразу после этого Арктика превратилась в политическую тему»¹. Отметим, что событие трудно назвать рядовым: Россия в лице российских полярников не только обозначила свои территориальные претензии, но и вновь продемонстрировала технические возможности страны в освоении гидрокосмоса, спустившись на арктические глубины, которые для других стран остаются недостижимыми и в настоящее время. «Человечество рвется в космос, но океанские глубины покоряет не столь активно. Только вчера, через 38 лет после высадки на Луну, люди достигли морского дна под Северным полюсом. Это было выдающееся научное достижение»².

Говоря о предстоящем мероприятии, заведующий лабораторией глубоководных обитаемых аппаратов Института океанологии имени Ширшова РАН Анатолий Сагалевич, охарактеризовал предстоящее погружение как беспрецедентное: «Установка флага будет произведена в рамках грядущего беспрецедентного спуска на глубину в четыре тысячи триста метров – на самое дно Ледовитого океана возле Северного полюса. Прежде опускаться на такие глубины не удавалось еще никому. И мы очень надеемся, что россияне станут первыми, несмотря на весь риск, с которым сопряжено такое погружение – это опаснее, чем полет в космос»³.

Ученые, занимающиеся исследованиями Арктики, называют глубины Северного Ледовитого океана гидрокосмосом небезосновательно: имеет место малоизученность, в виду сложности и опасности в обеспечении присутствия человека на экстремальных глубинах. Между тем ассоциация с покорением космоса возникла отнюдь не случайно. Как и первый полет человека в космос, высадка на дне Северного Ледовитого океана преследовала задачи как научные, так и политические. Вот как описывает предстоящий выход в гидрокосмос «Российская газета»: «На днях научно-экспедиционное судно Арктического и антарктического научно-исследовательского института Росгидромета «Академик Федоров» отправилось в арктическую экспедицию. Этот рейс преследует две задачи: научную и геополитическую. В первой части рейса будет проведена высокоширотная подводная экспедиция. В ходе нее впервые в истории глубоководные обитаемые аппараты «Мир-1» и «Мир-2» совершат погружение в точке Северного полюса, где глубина достигает 4,2 тысячи метров. Во время второй части рейса будет открыта новая российская

¹ Handelsblatt: Арктика - экзотика, ставшая горячей точкой. URL: <http://inosmi.ru/arctica/20111219/180703173> (дата обращения: 08.01.2015).

² The Times: Арктика: что поставлено на карту. URL: <http://inosmi.ru/world/20070803/235862> (дата обращения: 08.01.2015).

³ Российские океанологи установят флаг России на дне Ледовитого океана// URL: <http://ria.ru/kaleidoscope/20070712/68814273> (дата обращения: 09.01.2015)

дрейфующая станция «Северный полюс-35». Это произойдет в юбилейный для отечественных полярников год»¹.

Как видим, тема первенства покорителей гидрокосмоса задается не только словосочетанием «впервые в истории», но и в названиях обитаемых аппаратов, выбранных отнюдь не случайно, – «Мир-1» и «Мир-2», которые напрямую соотносятся с космическими успехами нашей страны. «Мир» – советский пилотируемый научно-исследовательский орбитальный комплекс, функционировавший в околоземном космическом пространстве с середины восьмидесятых до начала двухтысячных, который называли великим достижением русских. Тема первооткрывателей поддержана отсылкой к другой славной странице нашей истории – в материале подчеркивается, что 2007 год – юбилейный для российских полярников, ровно *«70 лет назад начала работать первая в мире дрейфующая станция на Северном полюсе «СП-1». «Мы обязаны напомнить всему миру, что Россия – великая полярная и научно-исследовательская держава», – заявил вице-спикер Госдумы Артур Чилингаров, который принимал участие в экспедиции»².*

Как следует из анализа публикаций «Российской газеты», вокруг данной экспедиции разгорелись «шпионские и геополитические страсти», за которыми угадываются геополитические амбиции ведущих мировых держав. За работой экспедиции вели наблюдения семь стран: США, Канада, Исландия, Норвегия, Швеция, Финляндия и Дания. *«Судно «Академик Федоров» попало под колпак американских спецслужб. Экипажу корабля удалось сфотографировать самолет-шпион, принадлежащий Соединенным Штатам. Эти снимки стали подтверждением давних подозрений россиян о том, что разведчики НАТО и США внимательно следят за российской экспедицией»³.*

Российские аналитики считают, что операция по установке флага РФ на дно Северного Ледовитого океана *«вывела из спячки даже США, долгое время рассматривавшие Арктику как периферийный регион своей внешней политики».* И действительно, накануне российской экспедиции к Полюсу в срочном порядке был отправлен ледокол «Одеон», а затем – ледокол «Хили». Цель экспедиций американцев – попытка *«оспорить утверждение россиян о том, что шельф океана структурно идентичен береговой части северной границы России и является продолжением Сибирской континентальной платформы»⁴.*

Американские политики поспешили заговорить об упущенной выгоде. *«Россия претендует на потенциальные запасы нефти и газа на*

¹ Опасная Арктика// Российская газета. 2007. 27 июля.

² Там же

³ «Миры» подо льдом// Российская газета. 2007. 30 ИЮЛЯ.

⁴ За работой российской экспедиции на Северном полюсе следят семь стран// Российская газета. 2007. 2 августа.

Северном полюсе. Соединенные Штаты понесут большой урон, если не вступят в борьбу за полярные энергоресурсы», – заявил заместитель председателя сенатского комитета по иностранным делам Ричард Лугар»¹.

В американских СМИ оценили смелость исследователей-покорителей гидрокосмоса, однако не преминули заметить, что «целью арктической экспедиции был не только научный рекорд». Установка российского флага на дно Северного Ледовитого океана была расценена как территориальная экспансия России. «Мир должен воздать по заслугам бесстрашным исследователям. Но столь же однозначно он должен отвергнуть возмутительное утверждение, озвучиваемое Москвой, о том, что это дает России право разрабатывать любые богатства, что содержат недра земли под установленным экспедицией флагом ... Честь и хвала отважным покорителям глубин, но вопиющая территориальная экспансия неприемлема»².

В зарубежных СМИ вновь обратились к характерному приему времен холодной войны в оценке действий России – созданию образа врага. В данном случае речь идет о России как о захватчике территории Арктики. «Соединенные Штаты уже заявили, что претензии России на арктический шельф абсолютно неприемлемы. «Это не вписывается ни в какие рамки. Не могу поверить, чтобы такая идея могла где-нибудь пройти», – цитирует газета «Дейли мейл» представителя госдепартамента США. А ученый из Лондонского геологического общества Тед Нилд назвал выдвинутые Россией территориальные требования «нонсенсом». «Представление о том, будто геологические структуры могут каким-то образом определять права собственности, весьма странно», – заявил британский эксперт. По его словам, хребет Ломоносова не является частью континентального шельфа, а представляет собой точку, где под толщей Северного Ледовитого океана расходятся две тектонические плиты. Он простирается от России до Канады, а значит, по мнению британцев, Канада могла бы использовать тот же аргумент и заявить, что хребет представляет собой часть канадского шельфа. «Если уж идти до логического конца, Канада могла бы заявить права на Россию и вообще всю Евразию как на свою собственность», – пояснил Нилд»³.

«Когда Россия установила свой флаг на дне Северного Ледовитого океана, мир как бы увидел эффектную сцену из театра «ретро» периода 1957 года. Мы будто вновь пережили те дни, когда на орбиту был запущен советский спутник. Но в этот раз Кремль официально

¹ The Times: Арктика: что поставлено на карту. URL: <http://inosmi.ru/world/20070803/235862> (дата обращения: 08.01.2015)

² Арктические страсти // Российская газета. 2007. 28 июля.

³ Арктические страсти // Российская газета. 2007. 28 июля.

уведомил весь мир, что намерен господствовать в Арктике и контролировать ее огромные запасы полезных ископаемых. Флаг ни на йоту не приближает ее к скрытым там сокровищам. «Юрисдикцию над ресурсами нельзя за столбить при помощи разбивочных кольшиков». По словам ведущей рубрики «Americas» Мэри Анастасии О'Грейди, если Россия полагает, что ей удастся пробить дорогу в Арктику хулиганскими методами, одновременно разжигая национализм у себя дома, установка флага определенно имеет смысл. Канадский премьер-министр и сосед России Стивен Харпер не очень-то рассчитывает на российскую честность. Его правительство назвало действия России трюкачеством, но на прошлой неделе премьер начал свою собственную арктическую авантюру¹.

Многие наблюдатели назвали шаг политическим, отметив, что шведскому и австралийскому океанавтам, погружавшимся на борту батискафа «Мир-2», не разрешили установить флаги своих стран. В юридическом смысле установка флага не имела смысла, это было больше символическое действие.

Герой, который и совершает символическое действие по установке флага – депутат Госдумы РФ, полярный исследователь Артур Чилингаров, он же – своего рода «Юрий Гагарин» – пионер гидрокосмоса. Ему свойственна героическая риторика первооткрывателя. «Наша работа на Северном полюсе является интереснейшим научным исследованием, которое крайне трудно повторить. Пусть наши иностранные коллеги попробуют сделать то же самое. Даже если они спустятся на дно Северного Ледовитого океана и ступят на него ногами, мы все равно останемся в истории первыми полярниками, побывавшими на этом дне»².

Интересно, что в ответ на нападки и обвинения России в захвате Северного полюса, президент РФ прибегает к космическим ассоциациям, вспоминая о высадке американцев на Луну. Так, Владимир Путин отметил, что не видит ничего страшного в установке флага под Северным Полюсом: «В свое время американцы высадились на Луне и поставили свой флаг. Ну мы же не ругаемся с ними из-за того, что они это сделали и не говорим о том, что они претендуют на Луну»³.

В данном случае речь идет о так называемом «законе открытия», который получил распространение в эпоху Великих географических от-

¹ The Wall Street Journal: Права на Север. Американская и европейская солидарность с Канадой против российской экспансии в Арктике будет иметь важнейшее значение. URL: <http://inosmi.ru/world/20070813/236001> (дата обращения 08.01.2015)

² Северная надбавка. Артур Чилингаров о приросте территории России// Российская газета. 2007. 4 августа.

³ Путин: отстаивать интересы в Арктике нужно в соответствии с нормами международного права. // ИТАР-ТАСС// 2014. 24 мая. URL: <http://itar-tass.com/ekonomika/1213412> (дата обращения 09.01.2015)

крытий. Он позволял объявлять территории собственностью определенных держав. В «законе открытия» ключевая процедура – установка флага, именно поэтому реакция зарубежных стран на установку флага Россией на Северном Полюсе была столь болезненной и неоднозначной. Благодаря «закону об открытии» были созданы США, Канада, Австралия, Новая Зеландия, Бразилия, Аргентина и другие.

Истоки «закона открытия» можно найти в документах, изданных Ватиканом к началу XV века. Согласно папским буллам *Dum diversas* и *Romanus Pontifex*, первооткрыватель территории, не занятой иным христианским государством, мог объявить его собственностью своей державы. Данные документы «служат отправной точкой для понимания доктрины открытия, особенно тех исторических усилий, которые христианские монархии и государства Европы в XV и более поздних веках прилагали для получения и использования приобретенных в результате завоеваний прав и господства над нехристианскими коренными народами с целью захвата и извлечения выгоды из их земель и территорий. Общей целью этих усилий являлось накопление богатства путем неограниченной добычи ресурсов, особенно полезных ископаемых, на традиционных территориях коренных народов и народностей»¹.

Важно отметить, что юридические механизмы «закона открытия» используются и в настоящее время, в первую очередь, в США, Канаде и Австралии. Ученые-правоведы увязывают «закон открытия» с современным международным и внутренним правом указанных стран².

Именно поэтому в обыденном сознании потомков колонистов вслед за первооткрывателем с флагом сразу же актуализируется образ захватчика территории.

«Для подтверждения прав на новые земли в эпоху Великих географических открытий использовалась достаточно детально разработанная и регламентированная процедура. Испанцы, португальцы, англичане, французы, голландцы и иные европейские мореплаватели вступали на новую землю с развернутым государственным флагом своей страны, служили торжественный молебен, после которого официально объявляли эту территорию владением своего короля, после чего на берегу устанавливался флаг, большой крест или табло, снабженные соответствующими надписями. В конце 20-го века правила игры серьезно изменились. В дело вступили международные договоры, заключенные под патронажем ООН. Символические установки государственных флагов более не являются серьезным аргументом в деле урегулирования территориальных споров»³.

¹ Доклад ООН «Предварительное исследование последствий для коренных народов международно-правовой концепции, известной как «доктрина открытия», представленный на форуме по делам коренных народов в апреле 2010 г. URL: <http://www.un.org/esa/socdev/unpfi/documents/E.C.19.2010.13%20RU.pdf> (дата обращения 03.01.2015)

² Там же.

³ Washington ProFile: Демонстрация флага. Российская экспедиция установила на дне

Вместе с тем даже солидное американское издание «Time» всерьез рассуждает о том, что установка флага на дне Северного Ледовитого океана была проведена именно для того, чтобы подкрепить заявку Москвы на шельф. *«Чилингаров заявил, что целью установки флага было «застолбить это место за Россией». Однако за рубежом эта лихая затея вызвала вполне предсказуемое раздражение. Министр иностранных дел Канады Питер Маккей пренебрежительно назвал российскую экспедицию «спектаклем». «Сейчас не 15 век, – заметил он. – Нельзя просто бродить по свету, устанавливая где угодно флаги и заявлять: «Мы претендуем на эту территорию». В Вашингтоне Ариэль Коэн из аналитического центра Heritage Foundation расценил действия России как «попытку территориального захвата», вызывающую «озабоченность», и призвал правительство США «реагировать решительно». И хотя их экспедиция «взволновала весь мир», на деле она стала лишь «булавочным уколом» в рамках последовательных усилий Москвы по поиску аргументов в пользу расширения своих территориальных прав в Арктике»¹.*

Американские «The Wall Street Journal» и «Los Angeles Times» идут дальше, рисуя образ России как территориального хищника – русского медведя, от которого нужно защитить полярный Север. *«Похоже, что сейчас русские хотят показать, что их никто не остановит. Хотя попытки премьера Харпера утвердить канадское военное присутствие важны, вряд ли их будет достаточно, чтобы защитить полярный Север от русского медведя. Чтобы сделать это, Канаде понадобятся Соединенные Штаты, которые с еще большей решительностью отнеслись к российской выходке с флагом, чем Канада. Совершенно ясно, что если и существует территориальный хищник, то это Россия, а не США»².*

«Los Angeles Times» пишет об экологических рисках освоения Арктики, вводя в текст еще один беспроигрышный сюжет, с помощью которого ведутся информационные войны – глобальное потепление, которое приведет к экологической катастрофе. *«Поход России в Арктику стал возможен благодаря глобальному потеплению. И теперь оно, скорее всего, еще усилится. В 1969 году, когда американские астронавты ступили на поверхность Луны, первые слова Нейла Армстронга были: «Маленький шаг для одного человека – огромный прыжок для всего че-*

Северного Ледовитого океана памятный знак в виде флага России. URL: <http://www.zakon.kz/91634-demonstracija-flaga.-rossijskaja.html> (дата обращения 03.01.2015)

¹ Washington ProFile: Демонстрация флага. Российская экспедиция установила на дне Северного Ледовитого океана памятный знак в виде флага России. URL: <http://www.zakon.kz/91634-demonstracija-flaga.-rossijskaja.html> (дата обращения 03.01.2015)

² The Wall Street Journal: Права на Север. Американская и европейская солидарность с Канадой против российской экспансии в Арктике будет иметь важнейшее значение. URL: <http://inosmi.ru/world/20070813/236001> (дата обращения 08.01.2015)

ловечества». *Российские акванавты, приземлившись на полярное дно, должны были бы сказать: «Один маленький нырок для человека – гигантский прыжок назад для всей жизни на Земле»*¹.

К полной дискредитации мероприятия по установке флага под Северным полюсом прибегает «The economist» (США), говоря о том, что показанные кадры на самом деле отсняты режиссером фильма-катастрофы «Титаник» Джеймсом Кэмероном, роль России в экспедиции сводится к транспортным услугам по доставке богатых иностранных туристов на дно Северного Ледовитого океана, к тому же добытый в ходе экспедиции материал не имеет научной ценности, а значит сама экспедиция была абсолютно бессмысленной. *«Несмотря на обычное для Москвы славянское самолюбие, недавний арктический набег России на Северный полюс был не только русской затеей. Один из членов экипажа был швед – Фредерик Паулсен, который заплатил за свой билет 3 миллиона долларов. Другим иностранцем был австралийский бизнесмен Майкл Макдауэлл. Роль России в этой экспедиции свелась к предоставлению транспорта для богатых иностранных туристов. Поднятый с поверхности океанского дна галечник мало что дает для изучения долгосрочных геологических сдвигов»*².

Ставку на то, что показанные кадры подводной съемки – подделка, сделали ведущие европейские издания. В статье «Разоблачение: почему героическая подводная одиссея русских выглядела немного знакомой» английская газета «The Guardian» пишет: *«Фильм Джеймса Кэмерона начинается со сцены мини-субмарин, ныряющих в океанские глубины для исследования обломков «Титаника». В российском телерепортаже об экспедиции на Северный полюс сцены из фильма были аккуратно вмонтированы в реальные кадры съемки. Однако есть подозрения, что показанные в выпуске новостей «Вестей» кадры были изначально сняты в студии с использованием масштабных макетов»*³. *«Откровенная попытка одурачить телезрителя оказалась неудачной, и более того, это телевизионное фиаско усилит полемику по поводу всей экспедиции»*, - делает вывод журналист. Сомнительными кадры подводной съемки сочли и во французской «Le Monde», доказательная база строится все на том же: фанат фильма Титаник узнал кадры из фильма в репортаже о погружении российской экспедиции. Вместе с тем, корреспондент здесь не делает голословных выводов и приводит мнение российской стороны. Как объяснила пресс-секретарь телеканала «Россия», *«о подлоге и речи быть не может. Эти*

¹ Los Angeles Times: Подледный кризис. URL: <http://inosmi.ru/world/20070809/235955> (дата обращения 08.01.2015)

² The economist: Проводя границы на тающем льду. URL: <http://inosmi.ru/world/20070817/236115> (дата обращения 08.01.2015)

³ The Guardian: «Разоблачение: почему героическая подводная одиссея русских выглядела немного знакомой». URL: <http://inosmi.ru/inrussia/20070813/236005> (дата обращения 02.02.2015)

кадры использовались в фильме «Титаник» для рассказа о катастрофе 1912 года. Российская сторона подчеркнула, что кадры были предоставлены российским Фондом океанографических данных и уже были использованы Джеймсом Кэмероном для его фильма. Мы вставили их в наш репортаж, потому что в экспедиции 2 августа принимали участия батискафы «Мир-1» и «Мир-2», которые в свое время позволили провести съемку затонувшего корабля»¹.

«Нового похолодания в Арктике нет, эпоха установки флагов как вех государственного суверенитета давно канула в Лету», – такими словами вынужден был парировать обвинения России в территориальной экспансии посол Российской Федерации в Великобритании Юрий Федотов в английском издании «The Financial Times»: «В России эта экспедиция по праву была отмечена как триумф мужества и технических достижений. По своей значимости она не уступает таким событиям, как полет человека в космос и его первые шаги на Луне. Досадно то, что не все разделили это чувство триумфа по поводу достижений человека. Похоже, что в некоторых кругах российские мотивы были преднамеренно неверно истолкованы. Зазвучали обвинения в полярном империализме, захвате земель и даже в открытии нового фронта в новой «холодной войне». Давайте расставим все по местам. Российское государство никогда не заявляло, что установка флага на дне Северного Ледовитого океана, ставшая символическим признанием роли России в этой экспедиции, является заявкой на какие бы то ни было территориальные права. Наш министр иностранных дел Сергей Лавров незамедлительно и абсолютно ясно заявил об этом. Президент Владимир Путин после него еще раз изложил эту позицию»². Таким образом, можно сделать вывод, что России удалось решить основные задачи информационной операции по установке флага на дне Северного Ледовитого океана – продемонстрировать обладание недостижимым для многих стран техническим потенциалом для освоения Арктики, а также обозначить серьезность российских намерений в данном регионе, что в свою очередь способствовало активизации других претендентов на арктические ресурсы.

¹ Le Monde: Урезанные картинки российской полярной экспедиции. URL: <http://inosmi.ru/world/20070816/236085> (дата обращения 02.02.2015)

² The Financial Times: Нового похолодания в Арктике нет. Эпоха установки флагов как вех государственного суверенитета давно канула в Лету. URL: <http://inosmi.ru/world/20070821/236161> (дата обращения 08.01.2015)

Литература:

- Handelsblatt: Арктика - экзотика, ставшая горячей точкой. URL: <http://inosmi.ru/arctica/20111219/180703173> (дата обращения: 08.01.2015).
- The Times: Арктика: что поставлено на карту. URL: <http://inosmi.ru/world/20070803/235862> (дата обращения: 08.01.2015)
- Российские океанологи установят флаг России на дне Ледовитого океана// РИА Новости. URL: <http://ria.ru/kaleidoscope/20070712/68814273> (дата обращения: 09.01.2015)
- Опасная Арктика// Российская газета. 2007. 27 июля.
- За работой российской экспедиции на Северном полюсе следят семь стран// Российская газета. 2007. 2 августа.
- The Wall Street Journal: Права на Север. Американская и европейская солидарность с Канадой против российской экспансии в Арктике будет иметь важнейшее значение. URL: <http://inosmi.ru/world/20070813/236001> (дата обращения 08.01.2015)
- Путин: отстаивать интересы в Арктике нужно в соответствии с нормами международного права. // ИТАР-ТАСС// 2014. 24 мая. URL: <http://itar-tass.com/ekonomika/1213412> (дата обращения 09.01.2015)
- Доклад ООН «Предварительное исследование последствий для коренных народов международно-правовой концепции, известной как «доктрина открытия», представленный на форуме по делам коренных народов в апреле 2010 г. URL: <http://www.un.org/esa/socdev/unpfii/documents/E.C.19.2010.13%20RU.pdf> (дата обращения 03.01.2015)
- The Wall Street Journal: Права на Север. Американская и европейская солидарность с Канадой против российской экспансии в Арктике будет иметь важнейшее значение. URL: <http://inosmi.ru/world/20070813/236001> (дата обращения 08.01.2015)
- Los Angeles Times: Подледный кризис. URL: <http://inosmi.ru/world/20070809/235955> (дата обращения 08.01.2015)

Региональное телевидение: стратегии развития или судьба?

*Дугин Е.Я., член научно-экспертного совета при председателе Совета Федерации Федерального собрания Российской Федерации, доктор социологических наук, профессор;
e-mail: e.dugin@yandex.ru*

В статье анализируются коммуникативные стратегии развития регионального телевидения в условиях перехода отечественной медиасистемы на цифровые технологии.

Ключевые слова: коммуникативные стратегии, медиасистема, региональное телевидение, цифровые технологии.

Пожалуй, нет другого сегмента медиасистемы страны, кроме регионального телевидения, на который в ближайшее время могут повлиять последствия цифровизации отечественной медиаиндустрии. Проблема стоит достаточно остро: либо окончательное свертывание деятельности региональных телекомпаний, работающих ныне в аналоговом режиме, либо уход местного телевидения в кабельное вещание, что также в ряде случаев равносильно прекращению их деятельности; либо разработка специальных коммуникативных стратегий телевидения регионов, которые могли бы удовлетворить разнонаправленные, зачастую противоречивые, интересы крупных и мелких игроков телевизионного рынка.

Наиболее существенные трансформации, происходящие в сфере медиаиндустрии, определяются не только медиатехнологиями, а стратегиями развития информационно-коммуникативных каналов различного уровня. Под коммуникативными стратегиями принято понимать совокупность политических, законодательных, идеологических, управленческих, содержательных, технологических мер, направленных на удовлетворение интересов структур власти и управления, а также информационных, коммуникативных, познавательных и культурных запросов аудитории, коммуникативных сообществ средствами информационно-коммуникативных медиасистем. Теоретическое обоснование коммуникативных стратегий – относительно новое направление в теории медиакоммуникаций. В результате деятельности коммуникативных стратегий формируются соответствующие типологии печатных и электронных коммуникаций, их эффективность по достижению целей, поставленных перед ресурсами медиаиндустрии. Можно гипотетически предположить, что каждой коммуникативной стратегии соответствуют определенные типы изданий, телерадиоканалов, их тематико-жанровая

структура, формы и методы подачи информации, а также характер взаимодействия между средствами массовой коммуникации, властными и управляющими структурами и аудиторией.

В целях выработки приемлемых коммуникативных стратегий функционирования регионального телевидения в условиях перехода на цифровое вещание представляется целесообразным проанализировать логику становления и развития регионального сегмента телевизионной медиасистемы страны, что и является задачей настоящей статьи.

Само появление региональных телестудий было обусловлено совокупностью объективных и субъективных факторов и условий. К числу объективных факторов можно отнести удовлетворение потребностей населения в местной информации, в обосновании и укреплении региональной идентичности населения, в формировании смыслов, присущих тому или иному этническому социокультурному сообществу, в удовлетворении потребности получать информацию на родном языке, в развитии национальной культуры и традиций и т.д.

Субъективными факторами можно считать желание местных структур власти и управления использовать телевидение в качестве института «прямой демократии» для ведения диалога с жителями края, области, стремление иметь мощный канал влияния на массовое сознание населения, города и, наконец, но не в последнюю очередь, удовлетворение начальственного тщеславия руководства региона иметь «собственное» телевидение, чтобы было «не хуже, чем у соседей» и т.п.

Сочетание отмеченных здесь объективных и субъективных факторов фактически заменяло стратегию развития регионального блока телевизионной системы страны, которая функционировала как одно из важнейших средств идейно-политического, нравственного и эстетического воспитания населения. Отсутствие разветвленной радиорелейной и спутниковой связи обусловило во второй половине пятидесятых и начале 60-х годов развитие телевидения по экстенсивному пути. Впечатляют темпы распространения регионального телевизионного вещания в те годы. Так, если в 1955 году в стране работало всего лишь 9 телецентров, то десять лет спустя их уже насчитывался 121, в 1970 их число выросло до 126, а три года спустя собственное телевидение вели 132 телевизионных центра страны.

Что касается стратегических задач развития телевизионной системы, то они определялись и корректировались соответствующими решениями и постановлениями ЦК КПСС, направленными на укрепление и развитие технической базы телевизионных студий, на расширение общественных функций телевидения, на разработку содержательной структуры и тематико-жанровых разделов телепрограмм, их дифференциацию и адресную направленность. В основе разработки коммуникативных стратегий местного телевидения был заложен механизм функционирования социальной информации, согласно которому глобальное, общегосударственное человек воспринимает сквозь призму местного, через факты и явления повседневности.

Региональное событие при определенных условиях может стать глобальным, но никак не наоборот. И в этом смысле региональное телевидение обладает ничем не заменимой, уникальной возможностью вести информационно-коммуникативную деятельность в максимальной приближенности к потребностям, социально-культурным ценностным ориентациям личности, с учетом специфических для различных регионов обстоятельств и условий. В современных условиях, по мнению экспертного сообщества, глобализация победила, но на этом успокоилась, так сказать, закончилась, как история по Фукуяме. В мире наблюдается новый цикл подъема национальных интересов различных государств. Не секрет, что приоритет национальных интересов в качестве предвыборного заявления помог Трампу стать президентом США.

О значимости национальных интересов, их приоритетности перед глобальными свидетельствуют также документы высших органов власти о государственной региональной политике в нашей стране. [Указ Президента Российской Федерации от 16.01. 2017 № 13 «Об утверждении Основ государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года»].

При всех небезызвестных издержках, определяемых некоторыми современными исследователями как излишнюю «идеологическую зашоренность», коммуникативную стратегию развития регионального телевидения в нашей стране в семидесятые-восьмидесятые годы прошлого века можно назвать «антропоцентристской», направленной на удовлетворение интересов и потребностей человека в информации об окружающем его мире, на осознание и укрепление собственной идентичности.

Таким образом, в течение трех десятилетий, с начала 60-х годов до конца 80-х в условиях двухпрограммного централизованного вещания коммуникативная стратегия регионального телевидения строилась на принципе «не дублирования, а дополнения» программ центрального телевидения местными новостями. Как правило, местным передачам отводились «окна» в сетке вещания центральных каналов в неудобное для просмотра жителями региона.

Следствием этой стратегии было формирование моделей регионального вещания, в программной сетке которых, наряду с новостными блоками и передачами о производственно-хозяйственной жизни региона, находили место спектакли местных театров, рассказы о созидательной жизни местного населения и т.п. Региональные телестудии были притягательными центрами и своеобразными «детонаторами» развития местной социокультурной жизни. Местное телевидение нередко становилось площадкой обсуждения жизненно важных проблем региона, «инкубатором» творческого роста для будущих звезд отечественного телевидения.

Коммуникативные стратегии «антропоцентристской» направленности, действуя в условиях централизации телевизионного вещания и

последовательного упорядочения объемов собственного вещания региональных телестудий, формировали следующую многоаспектную типологию программ: информационные; информационно-пропагандистские; информационно-художественные; информационно-художественно-просветительские. Наряду с этим, деятельность местного телевидения складывалась под влиянием совокупности следующих условий и факторов, оказывающих существенное влияние на формирование типов местных телевизионных студий: потенциал студии, под которым подразумевалось соотношение объемов времени, отводимого в сетке вещания на передачи собственного производства и общего объема местного вещания; социально-экономический, научно-образовательный и социокультурный потенциал региона; административно-географическое расположение студии; национально-языковые особенности вещания; тематическая направленность и адресность передач. Рассматриваемая типология телевещания развивалась в рамках «антропоцентристской» коммуникативной стратегии примерно до середины восьмидесятых годов прошлого столетия.

Несмотря на многообразие телевизионной продукции региональных телестудий, поверхностный взгляд «экспертов» позволяет различать всего лишь два типа программ: «государственно-пропагандистское» и «развлекательное» телевидение, с последующим их определением как «инфотеймент» и «политтеймент», которые ничего, кроме клонирования «массового продукта» телевизионный супермаркет производить не может». Следуя предложенной логике, продукция региональных студий представляет собой «клоны клонов» федеральных каналов.

С этим трудно согласиться. Тот, кто знает региональное телевидение не понаслышке, с полной уверенностью может утверждать, что новостные передачи, созданные современными региональными компаниями, не только конкурируют с федеральными каналами, но в ряде случаев превосходят их по уважительному отношению к человеку, по злободневности в освещении жизненных проблем, искренности интонации, оригинальности подачи информации, глубине анализа, внимания к деталям, из которых и состоит повседневная жизнь. Возможно, благодаря отмеченным особенностям функционирования регионального телевидения, его передачам до сих пор доверяют в большей мере, чем федеральным каналам. Социологические исследования не первое десятилетие подтверждают устойчивый рост доверия различных групп населения к региональным новостям. Если в 2008 году передачам федеральных каналов телевидения доверяли 71% опрошенных, а местному телевещанию - 69%, то пятилетие спустя «показатели доверия» выровнялись и составляли почти по 80%¹. При этом, согласно результатам специального исследования местного телевидения, наиболее востребо-

¹ Дугин Е.Я. Информационно-коммуникативные медиасистемы регионов в «Стратегии пространственного развития России» //Власть, 2016, № 11. С. 42.

ванным типом вещания для зрителей остаются региональные новости¹.

Надо ли удивляться тому, что федеральные каналы, которые игнорируют местные новости, «рассказы о людях» и социально значимую проблематику постепенно утрачивают позиции. Так, по данным основного измерителя популярности отечественной телепродукции компании Медиаскоп (MediaScore, бывшая NTS) в 2016 году первый канал телевидения уступил бессменное лидерство «России 1». Успех российского телеканала стал возможным благодаря тщательно продуманной коммуникативной стратегии, в рамках которой были представлены востребованные развлекательные форматы выходного дня, такие как «Удивительные люди», всероссийский конкурс детских талантов «Синяя птица» и др. Но главным направлением коммуникативной стратегии, которое во многом определило успех канала «Россия 1», стало *усиление сети региональных новостей*, увеличение объемов вещания на социальные темы регионов (школы, больницы, проблемы ЖКХ, подробности быденной жизни в регионах и т.п.). Это внимание к людям из глубинки, к местным событиям, поданным уважительно, без сенсационной помпы, на фоне несменяемых десятилетиями форматов и героев развлекательного жанра, поставленного на конвейер Первого канала пошлого юмора, особенно в новогодние праздники, и стало, в конечном счете, «формулой успеха» телеканала «Россия 1». Утрата лидерства самым главным телеканалом страны доказала простую истину: не реклама или бездумные развлечения привлекают внимание аудитории, а содержательные, качественные аналитические программы о местной жизни, помогающие людям разобраться в непростых ситуациях современной российской действительности.

Но вернемся к анализу становления и развития регионального телевидения. В рамках коммуникативной стратегии «антропоцентристского» типа еще в начале 80-х годов была предпринята попытка строительства новых телевизионных студий в отдельных регионах. В этих целях было проведено социологическое исследование, ставящее задачей изучение потребностей в местном вещании, в котором принимал участие автор настоящей статьи. Исследование выявило потребность населения регионов в местной информации, в развитии форм выражения общественного мнения, в желании участвовать в общественной жизни региона с помощью телевизионных каналов и т.п. Однако строительство местных студий даже не было начато, и проект развития местного телевидения был закрыт. В стране началась небезызвестная политика перестройки и гласности. Слабая попытка с помощью регионального телевидения создать управляемые каналы выражения общественного мнения и средства влияния на региональную политику была опрокинута «энергией народных волеизъявлений» в рамках «нового полити-

¹ Вьрковский А.В., Макеенко М.И. Региональное телевидение России на пороге цифровой эпохи. [Академические монографии]. – М.: МедиаМир, 2014. С. 62-72.

ческого мышления». К началу 90-х годов в стране стихийно возникли сотни частных студий и каналов кабельного телевидения. На малые экраны в регионах выплеснулся поток прежде запретной проблематики, видеопродукции, порнофильмов, криминальных кинолент и т.д. Разумеется, в этих условиях ни о каких коммуникативных стратегиях и многоаспектной типологии регионального телевидения не могло быть речи.

В условиях рыночной экономики постепенно стала формироваться *«стратегия коммерциализации»* телевизионного вещания. Местные государственные телевизионные студии вынуждены были выживать, зарабатывать на свое существование, создавая с федеральными каналами своеобразные сети вещания. Большинство региональных телеканалов сотрудничали с одной или несколькими столичными телевизионными компаниями. Это стратегия получила в профессиональной среде название *«сетевого рабства»*. Следует отметить, что зародившаяся в 90-е годы «сетевизация» поначалу была явлением позитивным, так как способствовала развитию партнерских отношений между региональными компаниями и столичными телевизионными каналами. Заметно повышалось качество региональных передач и уровень мастерства местных тележурналистов. Однако довольно скоро обнаружилось и негативные тенденции *«сетевого рабства»*: экспансия столичных телеканалов фактически привела к вытеснению регионального телевидения с информационного поля. Излишняя формализация, стандартизация форматов вещания, оторванность от местной проблематики не могла удовлетворять потребностей населения в местной информации, а само вещание было слишком далеким от идентичности жителей региона и, соответственно, не могло быть заслуживающим доверия источником информации, средством формирования и выражения общественного мнения. Значительная часть студий регионального телевидения были вынуждены отказаться от федеральных партнеров и попытаться перейти на полновещательную модель круглосуточного вещания. В качестве примера можно сослаться на опыт калужской телерадиокомпании «Ника», которая, начиная с 2003 года выпускает в эфир 24 часа в сутки более трех десятков программ собственного производства информационной, общественно-политической, познавательно-развлекательной и культурно-просветительной тематики. Коммуникативная стратегия канала выстраивается вокруг формата ежедневных встреч со зрителем в телепрограмме «Главное». На сайте телерадиокомпании появляются результаты опросов (компьютерного голосования) населения, связанные с проблематикой ближайшей телепрограммы или с учетом мнений зрителей, дозвонившихся по городскому телефону в прямом эфире. Основное содержание работы телепрограммы строится на общественном мнении. Удачно найденный формат взаимодействия с аудиторией можно идентифицировать как коммуникативную стратегию семейного телевизионного канала. В русле подобных стратегий ведут

круглосуточное вещание «Липецкое время» (Липецкая телерадиокомпания), «Дзержинск» и «ОРТ Планета» (Оренбургское телевидение) и др.

Коммуникативные стратегии, основанные на коммерческой составляющей, формируют новую, непривычную для российских телевизионных студий типологию, в основу которой положена их экономическая, финансовая деятельность. Исследователи выделяют следующие основные типы или модели полновещательных региональных телеканалов: «*бюджетная игла*» – компании, пользующиеся финансовой поддержкой региональных властей; телекомпании «*неустойчивого равновесия*», ориентированные на коммерческие источники дохода и имеющие заметную долю финансовых поступлений от местных администраций; «*генераторы прибыли*», для которых основным источником дохода является размещение на телеканале коммерческой рекламы.

По данным Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) в России с 2010 года функционируют около двух тысяч каналов телерадиовещания, 80 из которых являются республиканскими, краевыми и областными; 111 – представляют собой городские телерадиокомпании. Для сравнения: согласно статистическим наблюдениям Национальной Ассоциации телерадиовещателей (НАТ) в 2013 году в стране насчитывалось 1150 телерадиокомпаний. В то же время данные Европейской визуальной обсерватории (ЕАО) свидетельствуют о том, что к началу 2016 года в России насчитывалось 2370 телевизионных каналов, имеющих лицензии на теле вещание внутри страны, из которых около 1500 – региональные. Из них 520 являются региональными представителями федеральных сетевых вещательных компаний, которым местные телерадиокомпании предоставили свою частоту и встраивают в их сетки вещания свои передачи на несколько часов в сутки (так называемые «телеканалы-окна»). Однако не все они имеют возможность круглосуточно заполнять контентом сетки вещания¹.

Лицензии на вещание – вот, пожалуй, и весь ресурс, которым располагают региональные компании. К тому же, стратегия сетевого партнерства ограничивается тем, что каналы, вошедшие в первый и второй мультиплексы, получают собственные лицензии вещания на территории всей страны. И потому могут обходиться без услуг регионального телевидения.

Исследования отмечают, что примерно треть всех российских телеканалов можно отнести к региональным компаниям общей тематики (трансляция местных новостей, развлекательных передач собственного производства, а также покупаемый телевещателем контент). Еще 40 – специализированных каналов, доступных в одном регионе страны (среди них преобладают промоканалы операторов связи; популярные новости, музыкальные и развлекательные программы, а также передачи на темы религии и культуры).

¹ Взгляд на аудиовизуальную индустрию Российской Федерации. М.: 2016.

Коммуникативные стратегии, заложенные Федеральной целевой программой (ФЦП) «Развитие цифрового телерадиовещания в РФ на 2009-2015 годы», Постановление Правительства Российской Федерации от 29 августа 2015 года № 911 Федеральная целевая программа «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009-2018 годы», предлагают следующие варианты развития регионального вещания: создание собственного мультиплекса; переход в кабель и Интернет; создание межрегиональных, объединенных телекомпаний и другие.

Рассмотрим подробнее предложенные варианты развития регионального телевидения, которые (в условиях отключения аналогового вещания, сокращения рынка рекламы, старения аудитории и т.п.), можно назвать **«коммуникативными стратегиями выживания регионального телевидения»**:

1. Стратегия создания собственного регионального мультиплекса:

Для создания регионального мультиплекса, областная, краевая, республиканская или муниципальная телерадиокомпания должна выложить за услуги связи кругленькую сумму, непосильную для их скудных бюджетов. Так называемая «21 кнопка» уже сейчас в профессиональной среде названа «слабым утешением регионального вещателя».

2. Стратегия перехода регионального телевидения в кабельные сети и Интернет:

В ответ на предложение разработчиков ФЦП перевести вещание регионального телевидения в кабельные сети Государственное Собрание – Курултай Республики Башкортостан справедливо заявил, что функционирование телерадиоканала в кабельной сети или Интернете сократит охват региональным вещанием местного населения на неопределенное время. Кабельные операторы технологически не способны распространять сигнал на всю территорию, вследствие чего часть населения лишается возможности принимать передачи регионального телевидения. Например, в Башкортостане 40% населения проживает в сельской местности, где Интернет в настоящее время отсутствует. И ничто не предвещает его бурный рост в обозримой перспективе. Более того, перевод местного телевидения в кабельные сети может привести к исчезновению регионального телевидения в России.

Уже сейчас сельские жители автоматически лишаются возможность смотреть передачи региональных телеканалов, распространяемые через Интернет или кабельные сети.

С аналогичной законодательной инициативой внесения изменений в статью 32.1 Федерального Закона «О средствах массовой информации» и в статью 46 Федерального закона «О связи» 26 апреля 2016 года выступило Государственное Собрание (Ил Тумэн) Республики Саха (Якутия). Законодатели республики предлагают включить в перечень общедоступных телерадиоканалов региональные и муниципальные

телеканалы, осуществляющие двуязычное или многоязычное вещание (на государственном языке РФ, государственных языках республик Российской Федерации, иных языках народов РФ) на территории одного субъекта Российской Федерации.

К тому же, как создавать кабельные сети, например, в той же Якутии, значительная часть территории которой расположена в зоне вечной мерзлоты?

2. Стратегия создания межрегиональных телерадиокомпаний, объединенных по территориальному признаку.

В основе подобных объединений заложен благородный и рациональный замысел: возможность обмена контентом, экономия средств и сил, укрепление горизонтальных, добрососедских связей и т.п. Подобные межрегиональные объединения на регулярной основе широко практиковались в советское время как внутри страны, так и между телекомпаниями социалистических государств. В качестве одного из примеров межрегионального объединения телекомпаний наших дней, можно выделить инициативу телекомпаний «Астрахань 24» по созданию «Редакции прикаспийских государств», которую поддержали региональные и федеральные СМИ Азербайджана, Ирана, Казахстана, Туркменистана и России.

Однако рассматриваемая стратегия регионального телевидения пока не получила существенного развития из-за несогласованности интересов структур власти и управления, собственных интересов компаний, барьеров политического, экономического, финансового, законодательного и социокультурного характера.

Таким образом, каждый из предложенных вариантов не в полной мере может удовлетворить местные телерадиокомпании, и главное – интересы аудитории. Население регионов не может довольствоваться исключительно новостями каналов федерального телевидения, к тому же весьма далеких от реалий местной жизни. Осознавая необходимость развития информационно-коммуникативных медиасистем как составной части региональной политики, местные парламентарии выступают с законодательными инициативами, направленными на развитие, в частности, регионального телевидения. Так, например, Государственное Собрание – Курултай Республики Башкортостан 24 марта 2016 года выступило с законодательной инициативой по внесению в Государственную думу Федерального собрания Российской Федерации проекта Федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» с целью включения региональных телеканалов и (или) радиоканалов субъектов РФ в перечень обязательных общедоступных телеканалов и (или) радиоканалов. С подобной инициативой выступили парламентарии Якутии и Татарстана¹.

¹ Дугин Е.Я. Информационно-коммуникативные медиасистемы регионов в «Стратегии пространственного развития России» //Власть, 2016, № 11. С. 43-44.

В свою очередь отраслевое министерство формулирует для регионального телевидения следующую коммуникативную стратегию, которую можно назвать **моделью телевидения будущего**: «телевидение высокой и ультравысокой четкости изображения с объемным звуком, интерактивное, с добавлением виртуальной реальности и всемирным вещательным роумингом. Эта та модель, к которой в ближайшие 5-7 лет телерадиовещательная индустрия должна для себя стремиться «... современный этап развития телевидения означает переход от простого, линейного телевидения к комбинации, комплексу сред и средств передачи и приема телевизионного сигнала, который включает в себя эфирное и не эфирное вещание, а также разнообразные телевизионные устройства»¹.

Как нетрудно заметить, предложенная модель основана на цифровых технологиях, недоступных для аудитории большинства регионов. Да и вряд ли они будут доступны в обозримом будущем.

Возможны, конечно, и смешанные типы коммуникативных стратегий регионального телевидения. Однако едва ли не все рассмотренные типы коммуникативных стратегий так или иначе ориентируются на финансирование местных администраций по типу «бюджетной иглы», к чему их призывает руководство отраслевого ведомства. Причем, федеральные структуры власти и управления, с одной стороны, требуют сокращать финансирование местного губернаторского пиара, а с другой – всесторонне показывать работу власти, связь с народом, содействовать развитию активного гражданина, гражданского общества и т.п., что, конечно же, без бюджетного финансирования не представляется возможным.

Таким образом, стратегии развития регионального телевидения совершили круг по принципу дежавю (*déjà vu* – фр. «уже виденное»). Региональным компаниям предложено размещать собственную продукцию в пресловутых «окнах» федеральных каналов, а финансироваться – из скромного бюджета местных структур власти и управления. Словом, все, как было в советские времена. Выходит, что в основе развития регионального телевидения лежат не столько технологии, коммуникативные стратегии или типологии телевизионных программ, а ... судьба.

Конечно, ничто и никто не мешает помечтать об использовании в структуре модели телевидения будущего «всемирного вещательного роуминга», предложенного патриархом цифровой телеиндустрии Марком Кривошеевым. Роуминг, на который, к слову сказать, уповаet отраслевое федеральное ведомство, существенно расширяет возможности цифрового телевидения, информационно-коммуникативной меди-

¹ *Волин А.К.* Доклад на XX Международном конгрессе Национальной Ассоциации Телерадиовещателей «Телевидение. Уравнение с тремя неизвестными: регионы, реклама, измерения», 16-17 ноября 2016 г.

асистемы в стране. Благодаря «всемирному вещательному роумингу» распространение и получение телевизионного сигнала не «привязано» к конкретной территории. С помощью ОТТ-технологий и IPTV становится реальным медиапотребление не только в любой точке земного шара, но и, главное, у пользователя появляется возможность самостоятельно формировать определенный набор телеканалов и программ, которые удовлетворяют его вкусам, предпочтениям и персональным запросам.

Вместе с тем, технологическая независимость от территории распространения телевизионного сигнала не предполагает удовлетворение интереса человека к местным событиям, родному языку, этнической и конфессиональной культуре. Как ни сильна тенденция к унификации контента, насаждаемая федеральными каналами, местные события всегда остаются наиболее притягательными для телезрителя. Для коренного населения регион – это привычная среда обитания, повседневная жизнь, место, где развиваются дружеские и родственные отношения, где закладываются и формируются основы идентичности, ценностные и смысловые характеристики личности.

Под влиянием медиасистем в последние годы трансформировалась модель межличностного и социального взаимодействия: традиционные разговоры по душам «на кухне» сместились в сторону дружеского общения в социальных сетях в рамках коммуникативных сообществ. Например, ОТТ (Over the Top в пер. с англ. – передача видеосигнала поверх операторской сети или Интернета) рассматривается как метод (формат) доставки контента от источника к получателю, от одного персонального компьютера к другому по неуправляемой сети Интернет. Понятие (Over the Top) не следует переводить буквально. Современная трактовка ОТТ представляет собой совокупность коммуникативных сервисов: цифровое телевидение, мультимедиа, телефония, видеосвязь, интернет-вещание (IOT), социальные сети и др. ОТТ платформы предлагают интересующий потребителя контент с точной адресной направленностью, потому он сформирован на основе отзывов и предпочтений коммуникативного сообщества и персональных интересов коммуникантов. Рынок ОТТ развивается в рамках тенденции к персонализации, индивидуализации потребления контента. В прежнее время ОТТ рассматривалось как проникновение телевидения в Интернет. Современное понимание, благодаря совершенствованию информационных технологий, позволяет оценивать ОТТ как способ проникновения интернет-услуг во все коммуникативные среды. А это меняет в свою очередь характер взаимодействия каналов информации в медиасистеме. В частности, в рамках нового формата взаимодействия контент должен подаваться в соответствии с основными трендами развития социальных сетей: на основе хэштегов, маркировки времени показа фильма или телешоу, указание на начало и окончание трансляции любого телевизионного произведения. К этим возможностям следует добавить

«обратную связь», которая позволяет в режиме on-line вносить коррективы, с учетом запросов аудитории, конкретного медиапотребителя.

По мнению медиатехнологических экспертов, высказанном на недавнем XX Международном конгрессе НАТ «Телевидение. Уравнение с тремя неизвестными: регионы, реклама, измерения», ОТТ технологии могут содействовать развитию следующих тенденций медиаиндустрии: устранение цифрового неравенства при условии проникновения ШПД в каждое домовладение; возникновение новых форматов потребления контента, наиболее удобных для коммуникативных сообществ; рост Интернета и видеорекламы; удешевление и контроль доставки контента; повышение доходности и др.

Конечно, мечты о всемирном роуминге прекрасны. Но возможности выбора – это еще не есть выбор и тем более не реальное положение дел. Для всех предложенных стратегий развития регионального телевидения остаются нерешенными ключевые вопросы: «Из какого контента выбирать передачи для местного зрителя?», «Какие передачи, форматы, проблематика и жанры способны удовлетворить интересы и потребности коммуникативных сообществ?». Иными словами, насколько ОТТ может стать реальной альтернативой рассмотренным в настоящей статье коммуникативным стратегиям развития регионального телевидения? Ответы на затронутые здесь вопросы потребует дальнейшего обстоятельного научного осмысления регионального телевидения как важной составляющей отечественной телеиндустрии, и всей информационно – коммуникативной медиасистемы страны.

Литература:

- *Волин А.К.* Доклад на XX Международном конгрессе Национальной Ассоциации Телерадиовещателей «Телевидение. Уравнение с тремя неизвестными: регионы, реклама, измерения», 16-17 ноября 2016 г.
- *Вырковский А.В., Макеенко М.И.* Региональное телевидение России на пороге цифровой эпохи. [Академические монографии]. – М.: МедиаМир, 2014. С. 62-72.
- *Дугин Е.Я.* Коммуникативная стратегия телевидения в условиях формирования «коммуникативных сообществ» //История отечественного телевидения: Взгляд исследователей и практиков: Учебное пособие/ Под ред. Г.А. Шевелева. – М.: Аспект Пресс, 2012. С. 57 – 66
- *Дугин Е.Я.* Создание смыслов в электронную эру: Методология и техника новых знаний и образов в массовой коммуникации и PR. – М.: Глобальная энергия, 2005.
- *Дугин Е.Я.* Телевидение в условиях мультимедийности. – М.: Русника, 2013.
- *Дугин Е.Я.* Местное телевидение: типология, факторы и условия

формирования программ. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982. С. 64 – 99.

- Доклад «Взгляд на аудиовизуальную индустрию Российской Федерации», 2016, январь //European Audiovisual Observatory: URL: <http://www.obs.coe.int/en/-/pr-russian-focus-2015?fb=1> (дата обращения 14.12.2016).
- *Качкаева А.Г.* Новейшая история российского телевидения (1985–2004) // Телерадиоэфир: история и современность. Под ред. Я.Н. Засурского – М.: Аспект Пресс, 2005.
- *Кривошеев М.И.* Международная стандартизация цифрового телевизионного вещания // – М.: НИИР, 2006.
- *Соломатин А.Н.* Коммуникативные стратегии формирования международного имиджа России (на примере телеканала RT-Russia Today). Автореф. дисс. канд. филолог. наук. М.: Академия медиаиндустрии. 2014. – 31 с.
- Постановление Правительства РФ № 985 «О федеральной целевой программе «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009-2015 годы» // [Электронный ресурс] – URL: <http://minsvyaz.ru/ru/documents/3606/> (дата обращения 09.12.2015).
- Указ Президента Российской Федерации от 16.01. 2017 № 13 «Об утверждении Основ государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года».
- Федеральная целевая программа «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009-2018 годы». Постановление Правительства Российской Федерации от 29 августа 2015 года № 911 // [Электронный ресурс] – URL: <http://www.rtrs.ru/offdoc/fpc>

Нынешняя мировая экономика – это афера и мошенничество

Валовой Д.В., доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки, лауреат Государственной премии РФ.

Сегодня руководители, включая глав государств, и учёные всего мира «ломают головы» над повышением темпов ВВП. Журналисты вторят им. Но неолиберальные подходы, основанные на фальшивом ВВП, порочны в своей основе, попытки их улучшить – заранее обречены. Это ошибочная позиция. Необходима новая система измерителей социально-экономической динамики и категорическое запрещение спекуляций и мошенничества в рыночной деятельности.

Ключевые слова: экономика, экономическая наука, ВВП, классический подход и неолиберальный, деградация, новая система измерителей социально-экономической динамики.

Много лет я изучаю состояние экономики не только в нашей стране, но и в мире. Слежу за освещением данной проблемы в научной литературе, в статьях коллег. Этому способствует опыт научной и журналистской работы. Четырнадцать лет, будучи заместителем и первым заместителем главного редактора, курировал эти вопросы в «Экономической газете». В 1976-1992 г.г. являлся заместителем главного редактора «Правды» и членом Комитета народного контроля СССР. Одновременно занимался научно-педагогической деятельностью, был членом ученого совета ряда вузов, Высшей партийной школы при ЦК КПСС. Опубликовал десятки книг и учебников, написал сотни статей по социально-экономическим проблемам общим объёмом более 700 печатных листов. Многие работы переведены за рубежом. Ряд книг представлен в библиотеке Конгресса США. За цикл статей в «Правде» против валового подхода в советской экономике, всесильный секретарь ЦК КПСС М.А. Суслов требовал уволить меня из «Правды», и лишь благодаря твёрдой позиции академика В.Г. Афанасьева, тогдашнего руководителя газеты, я оставался на своем посту вплоть до развала СССР. Перейдя в Академию труда и социальных отношений, вместе с единомышленниками подготовил учебник по экономической теории, который в 2000 году был удостоен премии Правительства РФ в области образования. К 2008 году учебник выдержал четыре издания.

Современная практика ставит перед учёными всё новые и новые проблемы. В настоящее время острые дискуссии ведутся вокруг затянувшегося экономического кризиса. Ряд учёных полагает, что сегодня происходит не научный кризис, а крах современного экономического

порядка. С группой авторов мы подробно рассмотрели эту проблему в научно-практическом пособии «Политэкономия. Краткий курс», вышедшем в конце прошлого года в издательстве «Алгоритм». В нем сделан анализ процесса деградации экономической науки, который завершился ликвидацией политэкономии; раскрывается порочность отождествления экономики с хрематистикой; представлены фундаментальные экономические положения, исключенные неолибералами из научного оборота; показаны категории и факторы общественного производства, сущность которых извращается. В работе обобщены разные точки зрения ученых и практиков о путях предотвращения краха мировой экономики и создания новой финансово-экономической системы. К сожалению, эти проблемы не часто попадают на страницы и в эфир СМИ. Хотелось бы обратить внимание журналистов на ряд положений нашей работы.

Фальшивый ВВП

В советской экономике было много пороков. Но все познается в сравнении. На фоне того, что творят с экономикой неолибералы, советские недостатки кажутся детской шалостью. Сегодня менее 5 % рыночных операций отражают реальное движение товаров и услуг, а 95 % - это мошеннические сделки и накручивание фальшивого ВВП.

В январе 2016 г. во время выступления лауреата Нобелевской премии Джозефа Стиглица на форуме в Давосе модератор уточнил: «То есть вы считаете, что ВВП плохой измеритель?» Дж.Стиглиц ответил: «Заданный вопрос является верным. ВВП – очень плохой измеритель. Его надо заменить. Важно сознавать, что от того как мы измеряем, зависят наши действия. Если мы измеряем неправильно, то и предпринимаемые нами действия неверны». К сожалению, дискуссия на эту тему идет по ложному пути. Выше показано, что есть классический подход к измерению ВВП и неолиберальный. Первый с учетом вывода, что богатство создается производительным трудом, определялся только в реальной экономике. Но бегство капитала из реальной экономики за более высокой прибылью в сферу обращения вело к падению темпов роста экономики. Как его замаскировать? Тогда появился фальшивый, ныне господствующий неолиберальный подход к измерению ВВП. Он базируется на вульгарном утверждении о том, что все виды труда являются производительными, и чем выше доход, тем «производительнее» труд. В итоге рыночные спекулянты, мошенники и аферисты стали не только легитимными, но и «цветом» нации, так как их доходы и «вклад» в ВВП в десятки, а порой и в сотни раз больше, чем в реальной экономике. Разве такой ВВП не сродни одежде короля в известной сказке Андерсена?

Андерсеновские мошенники одурачили окружение короля, а затем и всё общество угрозой: «Кто не видит на короле одежду, тот сидит не на своем месте или непроходимо глуп». А каким образом современным

мошенникам-неолибералам удалось одурачить мир «производством» ВВП с помощью рыночных афер и мошенничества? Неолибералы используют опыт борьбы инквизиции с инакомыслием. Кто не видит рыночного ВВП и не признает рынок светлым будущим человечества, тех объявляют... марксистами! Не пощадили даже Папу Римского Франциска, который решительно осудил пороки рынка. Выходит, что ликвидировать рыночное затмение и грабеж могут только марксисты?! В 1940 г. ВВП США составлял 100 млрд долларов., в 2006 г. – 13, а в 2016 г. – 18 трлн долларов. Рост соответственно в 130 и 180 раз. При этом ежегодный прирост ВВП с 1940 по 2006 г. в среднем составлял 200, а за последнее десятилетие – 500 млрд долларов. Получается, что в кризисное десятилетие экономика США «росла» в 2,5 раза быстрее, чем прежде. При этом федеральный долг реально увеличивался еще в два раза быстрее – по триллиону долларов в год. Он уже превзошел годовой объем ВВП. А общий долг США уже в этом году может превзойти объем мирового ВВП.

Если к сказочному росту ВВП добавить фиктивный (иллюзорный) «рост» национального богатства за счет включения в него ценных бумаг и денежных купюр, то станет ясно, что государство – паразит и банкрот и «богатеет» благодаря фальшивому измерению. Поэтому в новой системе измерителей социально-экономической динамики следует совершенствовать классические методы измерения ВВП и повышать роль натуральных и трудовых измерителей. Неолиберальные подходы к измерению ВВП порочны в своей основе и попытки улучшить их априори обречены. Поэтому чем быстрее мы от них откажемся, тем лучше для экономики и экологии. Кто хочет более углубленно ознакомиться с аргументами и конструктивными предложениями по данному вопросу, отсылаю к моей книге «Деловая история» (Алгоритм, 2015). На обложке я изложил свою позицию так: «Сегодня руководители, включая глав государств, и ученые всего мира «ломают головы» над повышением темпов ВВП. Но рост ВВП ведет к краху нашей цивилизации. Фальшивый экономический рост надо прекратить». Рынок разрушает экономику и социальную сферу. В июле 1995 г. в статье «От Монкретьена к кретинизму?» профессор, докторэкономических наук, лауреат премии Правительства Российской Федерации в области образования Генриетта Евгеньевна Лапшина предупреждала: «Если гайдаровский погром кафедр политэкономии будет продолжаться, и мы ликвидируем эту науку, то к 400-летию трактата Монкретьена «Политическая экономия» в 2015 г. мы придем от Монкретьена к кретинизму». Результаты гайдаризации экономики, если коротко, в двух словах, можно сформулировать так: развал и грабеж! По образу и подобию западных «ценностей» теперь и в России только 5 % рыночных финансовых операций отражают реальное движение товаров и услуг. Остальные 95 % сделок – это спекуляции и мошенничество ради обогащения. Они обескровливают и разрушают экономику. Игры с однорукими бандитами, которые

мы запретили, по сравнению с рыночными аферами представляются мелкой монетой на фоне тысячерублевых купюр. Рынок однозначно ведет экономику в тупик, а в конечном счете к краху. Барьером на пути полного развала экономики является государство. Вопреки многочисленным теориям и заявлениям неолибералов о негативном влиянии государства на экономику в развитых странах такое вмешательство неуклонно расширяется и углубляется. В работе показано, что на фоне современного регулирования экономики в США «Новый курс» Ф. Рузвельта представляется детской шалостью. Евросоюз по регулированию экономики в ряде позиций затмил плановую советскую систему. Япония разрабатывает 12 тыс. общегосударственных плановых балансов. Это в 30 раз больше, чем было их в Госплане СССР.

Регулирование ведется в интересах олигархов, но ради самосохранения государство вынуждено создавать возможности для выживания населения. Последние стремятся максимально делать это за счет других государств. Многие века господствовала легенда о божественном происхождении богатства. Однако Бог не создавал богатство, но и не разрушал его. В наше время неолибералы объявили веру в рынок как источник благосостояния и процветания. Однако рынок, кроме экономики, разрушает систему образования и здравоохранения, извращает сущность, цели культуры и искусства. Рынок превратил и социальную сферу в источник безраздельного обогащения. При этом растет поток порочных теорий о том, что государство должно уйти из социально-экономической сферы и дать полную свободу рынку. Создатели подобных теорий не хотят замечать очевидные факты, свидетельствующие о том, что современный рынок вызывает силы, способные превратить XXI в. в последний для нашей цивилизации. Иезуитскую политику США в оценке рынка, госрегулирования и приватизации разоблачает Дж. Стиглиц. Он раскрывает истоки рекордных «мыльных пузырей» и критикует порочность американской модели капитализма. Использование этой модели в «неразвитых странах» ведет к развалу их национальных экономик, что наносит им более ощутимые потери, чем прежние войны. Их ресурсы скупаются по дешёвке, а «помощь» оказывают под огромные проценты кредитов. Теперь у ряда стран проценты в три раза превышают размер «помощи». Выталкивание государства из экономики и приватизация всего и вся нанесли России урон в разы, превышающие нашествие Наполеона и Гитлера, вместе взятых. И, тем не менее, неолибералы, используя антикризисную риторику, продолжают этот губительный курс.

Председатель Федерации независимых профсоюзов России М.В. Шмаков в статье «К вопросу о формировании и реализации эффективной модели социально-экономического развития Российской Федерации» пишет: «Исходя из веры в либерально-экономическую теорию и советы МВФ, решение финансово-экономического блока правительства и Центрального банка отпустить рубль «в свободное плавание» вошло в резонанс с падением цен на нефть и экономическими санкциями За-

пада против России, что кратно усилило разрушающее воздействие на экономику России и фактически завело страну в тупик. При этом санкции вводились как будто по наводке изнутри страны, прицельно били по самым слабым местам. И ничто не страшит нас от полного развала и уничтожения кроме осознания наших интересов и нашей сплоченности».

У России всё еще есть возможность совершить экономический рывок и вернуть себе роль одного из центров влияния, определяющего мировое развитие. Что для этого нужно? Прежде всего, отстранить от управления тех, кто имитирует или саботирует выполнение поручений политического руководства и чьи действия имеют деструктивные последствия для нашей страны». Наследникам Гайдара не дано понять, что основная причина наших бед – развал реальной экономики. Они реализуют модель монетаризма, согласно которой главной сферой экономики является не производство, а сфера кредитно-денежных отношений. Но современная финансовая система порочна и порождает всё новые и новые кризисы и кризисные ситуации. Вот как характеризует эту систему сэр Дж. Стемп, директор Банка Англии в 1928–1941 гг.: «Современная банковская система производит деньги из ничего. Этот процесс, возможно, самый невероятный фокус, когда-либо придуманный. Ростовщичество задумано беззаконием и рождено пороком. Банкирам принадлежит весь мир. Заберите его у них, но оставьте им власть создавать деньги росчерком пера, и они выкупят его обратно. Заберите у них эту великую власть, и все великие состояния, как и моё, исчезнут. А они должны исчезнуть, чтобы этот мир стал лучше и счастливее. Но если вы хотите продолжать быть рабами банков и оплачивать свое рабство, тогда позвольте банкирам создавать деньги и управлять долгами». Банкиры немало потрудились над созданием современного мирового экономического «порядка». Вольно или невольно в этом деле банкирам содействуют порожденные ими лауреаты Нобелевских премий по экономике, которая никакого отношения к А. Нобелю не имеет. Она создана в 1969 г. банкирами, которые используют ее авторитет в своих корыстных целях. Но они честно на бюджет А. Нобеля не покушаются, а платят премии из «своего» кармана. А кто платит, тот и «музыку» заказывает. Именно поэтому их «музыка» так приятно звучит для развитых государств с резервными валютами и олигархов всего мира. Игроков на рынке Д. Карнеги назвал авантюристами. Авантюризм привел к вселенской продажности всего и вся. Земля и леса, заводы и порты, президентские, министерские и депутатские мандаты, ученые и журналисты, артисты и футболисты, честь, совесть и достоинство продаются и покупаются. Это позволило современным рыночным рабовладельцам-олигархам сколотить такие состояния, о каких прежние рабовладельцы и мечтать не могли, так как они были обязаны кормить и содержать рабов. В итоге сегодня из оборота выводятся и омертвляются сотни триллионов долларов капитала, что тормозит развитие экономи-

ки и увеличивает безработицу. И, тем не менее, миллионы голодных и бездомных, но «свободных рабов» млеют перед свободным рынком.

Призрак Детройта и расцвет Лас-Вегаса

Обобщенно результат вульгаризации экономической науки и развал мирового экономического «порядка», олицетворением которого является финансовая система, кратко, но образно и понятно можно показать на двух визитных карточках. Визитной карточкой современной экономики является город Детройт. 18 ноября 2008 г. главы трех американских гигантов – General Motors, Ford Motor Company и Chrysler – обратились к Конгрессу с отчаянной просьбой субсидий для своего спасения. В прошлом веке «Дженерал моторс», «Форд» и «Крайслер» были локомотивами реальной экономики, а их штаб – Детройт – процветающим городом. Его население быстро росло и в середине прошлого века составило 1 млн 800 тыс. человек. Но по мере укрепления, расширения хрематистики и «выталкивания» экономики на задворки хозяйственного процесса происходил упадок Детройта. В 2013 г. он обанкротился и ныне именуется городом-призраком, так как представляет собой печальное зрелище. Население Детройта уменьшилось в 2,5 раза. В развалинах многих домов проросли деревья. Преступность зашкаливает. Количество городов-призраков не только в США, но и во всем мире неуклонно растет. В России развал реальной экономики особенно разрушительным оказался в агропромышленном комплексе и в легкой промышленности. Ныне треть пашни зарастает бурьяном и кустарниками. Поголовье крупного рогатого скота и свиней сократилось в 2,5 раза. Импорт продовольствия давно вышел за красную черту безопасности и достигает 60%. Импорт одежды составляет 80%.

В 2013 г. в отечественной легкой промышленности было произведено одно пальто на 112 человек, одна куртка – на 50 человек и 0,8 пары обуви на одного жителя. Визитной карточкой господствующей сегодня на экономическом пространстве хрематистики является город Лас-Вегас. Толчком к процветанию бывшего в центре пустыни Мохаве железнодорожного полустанка послужило разрешение 19 мая 1931 г. в штате Невада азартных игр. С тех пор сюда ради обогащения потянулись капиталы со всех сторон. Форма и методы обогащения здесь постоянно совершенствуются и становятся всё более изощренными. В итоге, согласно переписи населения 2010 г., в городской агломерации Лас-Вегаса постоянно проживали 1.9512.69 человек. В настоящее время их численность успешно преодолела двухмиллионный рубеж, оставив позади былой расцвет Детройта. В Детройте люди едят капусту, а в Лас-Вегасе мясо. В среднем в неолиберальной оболочке получают голубцы для всех. При отождествлении экономики с хрематистикой, то есть соединении призрака Детройта с расцветом Лас-Вегаса создается видимость, что экономика держится на плаву. В 2009 г. в России

для азартных игр официально выделили четыре зоны: «Азов-Сити» в Краснодарском крае, «Сибирская монета» в Алтайском крае, «Приморье» в Приморском крае и «Янтарная» в Калининградской области. Темпы их освоения в разы превышают развитие реальной экономики. Ныне обсуждается вопрос об открытии игорных зон в Сочи и в Крыму, в пригороде Анапы и в Республике Бурятия. Кроме того, игры сегодня проникают всюду и везде под видом разнообразных лотерей. Развитие игорных зон и лотерей – мощный рычаг дополнительного развала экономики. Это яркое свидетельство отождествления экономики с хрематистикой. Капиталы, ресурсы и сбережения, которые текут в эти зоны, не с неба свалились, а уплывают из реальной экономики и никогда обратно не вернуться. Капиталы, нажитые в игорных зонах и лотереях, идут на дальнейшее обогащение или омертвляются в виде дворцов, яхт, самолетов, золотых унитазов, бриллиантовых кастрюль и бюстгалтеров. Кроме того, вызывает недоумение размещение игорных зон на окраинах Восточной и Западной границ. Разве это может содействовать укреплению государственной безопасности? В.В. Путин вывел из тупика внешнюю политику и достойно проводит ее в интересах России. Но внутренняя политика, основой основ которой является экономика, ждет своего «мюнхенского разворота». Тупик в экономике углубляется и обостряется и пока там бал правят наследники Гайдара мауисты-ясинцы, о выходе из кризиса не может быть и речи. Экс-замминистра финансов США Пол Грей Робертс советует: «Если Россия хочет выжить, Путин обязан защитить Россию от западных экономических институтов и обученных на Западе неолибералов». Запад, с его резервными валютами, безусловно, будет защищать нынешний «порядок» «до последнего патрона». В этом деле у него есть в России сторонники.

Литература:

- *Валовой Д.В.* Экономика абсурдов и парадоксов. М., 1991.
- *Валовой Д.В.* Деловая история. М., 2015.
- *Гуриев С.М.* Мифы экономики: заблуждения и стереотипы, которые распространяют СМИ и политики. М., 2001.
- *Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов. М., 1962.
- Против попыток демонтажа основ социального государства. Сб. ст. М. 2011.
- Политэкономика. Краткий курс. Научно-практическое пособие под ред. Д.В. Валового. М. 2016.
- *Шторх А.К.* Курс политической экономии, или Изложение начал, обуславливающих народное благоденствие. М. 3008

Драматургия речевых жанров телевидения

Гаймакова Б.Д., кандидат исторических наук, профессор, зав. кафедрой основ риторики и дикторского мастерства ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»; Sapozhnikovaeg@mail.ru

В статье акцентируется внимание на необходимости повышения эффективности воздействия на аудиторию речевыми средствами. Существует несколько направлений решения этой проблемы. Одно из наиболее важных – использование элементов драматургии в разговорных жанрах, где нет физического действия, а есть интеллектуальное исследование. Таков общий смысл статьи.

Ключевые слова: *речевые жанры, драматургия, композиция, публичное выступление, художественно-выразительные средства, публицистика, импровизация.*

Речевые¹ или разговорные жанры в истории человечества появились очень давно, с тех пор, как появилось ораторское искусство. Под ораторским искусством понимают вид общественно-политической и профессиональной деятельности, целью которой является убеждение массовой аудитории. Ораторское искусство или риторика² стало значительным общественным явлением еще в древнем мире. Наряду с эпосом, музыкой, драмой, ваянием ораторское искусство признавалось творчеством. О риторике говорили как о «царице искусств», настолько сильно было ее влияние на решение государственных дел.

Уже в Древней Греции риторика считалась наукой воздействия на людей. И позднее, в Средние века, в период расцвета буржуазного общества, в эпоху социальных потрясений и мирного развития общества вплоть до наших дней – ораторское искусство, искусство живого слова всегда преследовало одну цель – убеждение. И чем больше соответствовала эта цель общественным устремлениям, чем активнее служила интересам народа, тем действеннее становилось ораторское искусство.

История показала, что развитие ораторского искусства зависит от государственного и общественного строя, нравственных и интеллектуальных сил каждой эпохи. В нем до известной степени отражается состояние общества, поскольку публичная речь выражает в любое время научные, правовые и политические воззрения.

Основное правило риторики требует свободного взгляда говорящего

¹ К речевым жанрам относят: выступление в кадре (беседа, ведение передачи, комментарий, обзор, обозрение, интервью, «круглый стол», дискуссию, рецензию, то есть такие передачи, в которых основным художественно-выразительным средством является слово.

² Наука об ораторском искусстве.

(выступающего), его искренности и веры в правдивость произносимых слов. Поэтому процветание ораторского искусства возможно только в обществе демократическом, которое признает основным стимулом человеческой деятельности не силу или слепое подчинение, а убеждение.

В наше время, в изменившихся условиях общественной и государственной жизни, когда у человека появилась возможность высказать свои мысли, владение ораторским искусством должно стать необходимым для каждого общественного деятеля. Это в полной мере относится и к журналистам, работающим в эфире.

Массовость аудитории и оперативность в освещении важнейших вопросов, способность воздействовать одновременно и на разум, и на чувства, т.е. эмоционально – эти качества позволяют телевидению и радиовещанию служить важной цели – формированию общественно активной личности. И чтобы успешно решать эту задачу, необходимо, чтобы те, кто обращается с экрана телевизора или с радиомикрофоном к людям, владели в высокой степени искусством убеждения. Научные принципы убеждения аудитории известны давно. Это ясность мысли, предопределяющая ясность речи, надежная защита своей позиции, показ конкретной пользы от принятия идеи, учет степени подготовки аудитории, соблюдение этики.

Ораторское искусство представляет собой систему профессиональных умений и навыков, позволяющих человеку, выступающему публично, с максимальной эффективностью воздействовать на свою аудиторию.

Аудитория телевидения практически ничем не отличается от любой другой аудитории, кроме одного. Это условия просмотра телевизионных передач. Как правило, в каждом конкретном случае это один, два или три человека. А в целом – это миллионная аудитория. Поэтому выступающему по телевидению необходимо помнить, что он обращается не к огромной аудитории, как на митинге, а конкретно к каждому человеку. Отсюда некая камерность и лиризм¹. К этому следует добавить относительное постоянство телевизионной аудитории, что дает возможность достаточно регулярно общаться с ней. В этом несомненное преимущество телевидения. Однако общение человека с аудиторией происходит в одностороннем режиме². Это требует от говорящего определенной подготовки к публичному выступлению.

Прежде всего, необходимо научиться подчинять свою речь диалектической логике и зависимой от нее формальной: логичность формы публичного выступления и подчиненность методам: дедуктивному, индуктивному или тому и другому, в разных частях – необходимое условие адекватного восприятия мысли говорящего.

Важную роль в речевых жанрах играет композиция выступления.

¹ Лиризм – самораскрытие героя (человека) в процессе разговорного общения.

² Сегодня двустороннее общение используется в форме «открытой студии». Однако пока это – не система.

Существует много методов логической организации материала, и в каждом случае композиция будет зависеть от избранного метода. Практика выработала разные формы и методы построения композиции: аналогия, хронологический, концентрический, пространственный, альтернативный, проблемного изложения.

Композиция – очень важный элемент любого выступления, ибо от нее зависит эффективность восприятия. Дело в том, что композиция не только способствует логической выстроенности материала, но является еще мощным средством эмоционально-художественного воздействия на аудиторию.

Любое выступление по телевидению должно быть доказательным. При всем разнообразии доказательств можно выделить два подхода к их выбору: доказательства внутренние (композиционно-логическая сторона) и внешние (факты, документы, свидетельские показания и др.).

При использовании фактов-аргументов также необходимо помнить правила их использования: правдивость¹, уместность, соответствие теме, необходимость быть понятными аудитории, системность. Если в материале содержится критический подход, например, в рецензии или дискуссии, то следует придерживаться правила: необходимым условием опровержения является только конструктивная критика.

Сегодня, когда в обществе нет единства в подходах к решению многих проблем нашей жизни, возрастает роль этической составляющей в публичном выступлении, представляющей собой совокупность принципов и норм, заложенных в человеческой природе.

И, наконец, нельзя не сказать о самой личности человека на экране. Для зрителя это очень важно, ибо его отношение к выступающему переносится на идею, которую тот предлагает. Поэтому так высоки требования, предъявляемые к «телевизионным ораторам»: чувство ответственности за каждое слово, произнесенное в эфире, добросовестность, профессионализм, тщательная подготовка к выступлению, творческая индивидуальность как совокупность неповторимых свойств и черт, проявляющихся в оригинальности его стиля.

И тем не менее, практика доказала, что в речевых жанрах прямого эфира (без предварительной записи передачи) удержать внимание аудитории гораздо труднее чем в художественных программах. В них быстрее наступает «порог» внимания: утомляемость, отвлечение внимания и т.п. А между тем, жанры прямого эфира с человеком на экране более всего обеспечивают контакт между экраном и аудиторией, так как способствуют вовлечению зрителя в сопереживание, тем самым повышая активность восприятия. Преимуществом телевизионной публицистики является то, что объектом эстетического восприятия стано-

¹ Достоверность информации, точный отбор типических фактов, их анализ, правильная классификация и оценка.

вится реальный человек, такой, какой он есть, без преобразующего художественного начала. Однако непринужденного, естественного поведения человека на экране, как правило, трудно добиться без предварительной подготовки. Но эта подготовка вовсе не означает, что выступающий должен заучить наизусть текст и декламировать его или «расцвечивать» вычурной лексикой и интонацией.

Тогда чем же может заинтересовать говорящий человек зрителя? Разумеется, темой и освещением этой темы. Но ведь бывает, что тема интересна и актуальна, телевизионный выступающий – специалист, а передача – скучная. Очевидно, только этого недостаточно чтобы удержать зрителя у экрана! Требуется еще что-то, чтобы вызвать необходимый интерес.

Текст телевыступления – это особый вид литературы, где присутствует эпическое и драматическое начало.

Классическая структура устного выступления – это вступление, главная часть, заключение. Именно такая структура позволяет организовать материал, определить его логическую направленность и последовательность, главную и второстепенные части, выбрать удачную композицию, облегчающую восприятие, драматургически выстроить выступление. Почему для телевидения трехчастная форма выступления целесообразна?

Вступление – введение в тему и установление контакта с аудиторией. Главная часть – суждение и толкование, аргументация и доказательства, анализ. Заключение – обобщение и завершение темы.

Разумеется, жанровые особенности и характер выступления влияют на его структуру (форму и композицию). В любом эпическом произведении чувствуется авторский стиль. В ораторском искусстве, в том числе и в телевизионном выступлении, понятие стиля связано с проявлением индивидуальности выступающего: мышление, культура речи, манера изложения, культура поведения, способ общения с аудиторией. Особое внимание следует обратить на стилистико-языковую систему телевыступления. Это, прежде всего: своеобразие устной речи, которой пользуется человек на экране, роль ритмомелодики, тембра голоса, темпа речи, повышения и понижения тона, усиления и ослабления силы звука, паузы в фиксации внимания аудитории.

Художественность, выразительность речи украшают выступающего, подчеркивают его эрудицию. Это достигается использованием эстетических элементов языка: тропы, фигуры, крылатые слова и выражения, пословицы и поговорки, ирония, цитаты, образы и картины, созданные художественной литературой и искусством.

Публичная речь позволяет прибегать и к несловесным средствам публично-го выступления: поза, жест, мимика. Однако здесь существует общее правило: чувство меры, сдержанность и выразительность, мотивированность и естественность.

К.С. Станиславский в свое время ввел термин «совокупность физических действий». Думается, что эту формулу, относящуюся к актеру и подразумевающую его сценическое поведение, в том числе и душевное пере-

живание, вполне можно отнести и к человеку на экране.

Особенно действенным будет выступление, в котором чувствуется вдохновение выступающего (состояние духовного подъема) и наличие у него интуиции как характерного проявления вдохновения.

Как видим, стиль в публичном выступлении – это и организующее начало, и средство, с помощью которого достигается впечатляющая сила выступления.

Большим преимуществом телевидения является то обстоятельство, что занимательность изложенного подкрепляется использованием элементов драматургии, которые предоставляет экран. Вместе со стилем они создают условия, обеспечивающие повышенное внимание аудитории. Но для этого надо хорошо знать и уметь использовать художественно-выразительные средства экрана. Правда, это уже профессиональное требование, предъявляемое к режиссерской группе ТВ.

Драматургия делает интересным спектакль, фильм, передачу. Если «разговорная» передача сделана по законам драматургии, она никогда не будет скучной.

Однако драматургия «разговорных жанров» – драматургия особенная. Публицистика вообще, в том числе и телевизионная, не может быть построена на драматургии действия, как в театре или художественном кинематографе. Скорее ее можно определить как драматурию мысли. Чтобы в этом убедиться, необходимо рассмотреть элементы этого своеобразного вида драматургии.

Слово драма – греческого происхождения. Это определение включает в себя много понятий. Мы остановимся лишь на одном из них. Речь идет о сюжетно-композиционной основе построения драматического произведения. Драма как род литературы представляет собой произведение в форме диалогов, без описательной авторской речи, построенная на напряженности сюжета действия, наличием конфликта, на основе которого развивается сюжет.

Как уже отмечалось, в телевизионной публицистике (речевых жанрах) сюжет как действие отсутствует. Однако обязательно присутствует конфликт, взятый из реальной жизни. Драматургия здесь служит методом исследования действительности. Это не пьеса, которую должны разыгрывать приглашенные в студию люди. И все-таки, в передачах прямого эфира, рассчитанных на импровизацию, мысль говорящего должна развиваться по законам драматического сюжета. Тогда слушать говорящего будет интереснее. Только здесь развивается не действие, а мыслительный процесс.

Способствуют этому процессу три момента: зрительное восприятие личности говорящего, его речь и композиция речи.

Таким образом, в речевых жанрах роль сюжета (действия) выполняет композиция, в которой предусмотрено драматическое развитие мысли. Именно это обстоятельство и вызывает интерес. Построить выступление так, чтобы захватить зрителя вполне возможно. Но для этого необ-

ходимо отобрать таких «героев», которые бы могли это делать.

В таком выступлении невозможно встретить лексическую и стилистическую небрежность, штампы и шаблонные фразы, неточности в выборе слов, грамматические и орфоэпические ошибки, так раздражающие зрителя и подрывающие его доверие не только к говорящему, но и к каналу в целом.

Человек на экране должен быть личностью и это – аксиома. Мы уже отмечали, что преимуществом экрана является зрелищность. Но одновременно в этом же состоит и немалая сложность. Зрелищность требует соблюдения и реализации эстетических законов восприятия. Вот почему все произведения искусства используют имеющиеся в их распоряжении свои художественно-выразительные средства. Литература – письменное слово, которому все подвластно, театр – сценографию: игру актеров, декорации, костюмы, грим, свет, музыкально-шумовое оформление и т.д. Радио – звук: звучащее слово, «голосовой грим», музыку, шумы.

Телевидение, как и кино, может пользоваться и зрелищными средствами, и звуковыми. Разумеется, художественное начало передачи во многом зависит от ее создателей. Кстати, само слово «художественный» означает способ и форму отражения действительности. Как определял В. Даль, это стремление к созданию первообраза красоты, союза добра и истины, отражение которых мы видим в природе. Следовательно, «художественное» – это результат работы Художника в самом широком смысле слова, которым может быть и режиссер, и телеведущий, и журналист, и оператор.

Арсенал выразительных средств на телевидении – огромный, надо только выбрать то, что будет уместным в конкретном случае. Назовем лишь некоторые. Панорама – движение камеры, позволяющее рассмотреть людей, предметы, фон и т.п., планы различной крупности, которые позволяют обыгрывать детали: глаза, выражение лица, улыбку. Синхрон (текст говорящего без посредника), который вызывает большее доверие зрителей в отличие от закадрового, отредактированного, монтаж. Метод «скрытой» камеры и длительного наблюдения, когда человек привыкает к камере и начинает вести себя более раскрепощено, дает возможность добиться от человека на экране естественности в поведении и разговоре.

Когда мы говорим о монтаже, то имеем в виду не только механический монтаж (последовательное следование кадров) сколько монтаж ассоциативный (творческий). Такой монтаж позволяет зрителю увидеть и понять более глубокий смысл темы и проблемы.

Звук на телевидении дает возможность воспринимать речь человека со всеми особенностями устной речи: подтекст, стиль, интонация, тембр, ритм, индивидуальную манеру говорить, то есть все то, что называется «голосовым гримом». И, конечно, музыкальное и шумовое оформление, которое повышает эмоциональное состояние зрителя. Как

видим, выразительные средства ТВ вполне способны создать художественный рассказ о человеке на экране, причем без всякой игры, только документальными средствами.

И все-таки главным героем «разговорных», публицистических жанров является человек. И если герой плохо говорит, слабо владеет материалом, вял, равнодушен – слушать его трудно. А ведь у телевизионного выступающего – огромная аудитория.

Как правило, речь раскрывает человека даже, если он пытается скрыть свои мысли. Между прочим, на экране это можно заметить, так как на картинке видна пластика лица, несущая дополнительную информацию. А от этого зависит, в том числе, и то, насколько говорящий убедителен и насколько вызывает доверие зрителя.

Психологи отмечают, что любое выступление действует одновременно на рациональную сферу слушающего и эмоциональную, эмоциональное и чувственное – черта сиюминутного творчества. Рациональный метод исследования, как известно, использует наука, эмоциональный – искусство.

Первый способ требует четкости, доходчивости, логичности и доказательности выступления, второй – эмоциональности. Вместе они оказывают влияние на человеческое восприятие, позволяя убедить аудиторию в правильности подхода к рассмотрению проблемы. Показателем эффективности воздействия является результат, который выражается в том, что зритель становится единомышленником говорящего. А ведь это основа основ ораторского искусства и искусства пропаганды в целом. Способствуют этому глубокие мысли, убежденность говорящего, точно найденные слова, манера говорить и даже жесты. Еще Ф.И. Шаляпин отмечал, что жест – это не движение руки, это движение души.

Выступление должно быть конкретным по теме, ведь телевизионное время ограничено. С самого начала важно определить, что в материале должно превалировать логическое начало или эмоциональное. Определяется это темой выступления и индивидуальными особенностями говорящего. Недаром ораторское искусство сравнивают с художественным чтением. И там, и там должно присутствовать образное осмысление действительности.

Однако актер озвучивает «чужой» текст. А оратор – авторский. Поэтому у актера – репетиция, а у оратора – подготовительный период, который обычно состоит из двух частей замысла и воплощения, которые включают в себя: цель, отбор материала для воплощения замысла, понятия, которые раскрываются в суждениях, доказательствах, умозаключениях, выбор композиции. При этом нельзя забывать о том, что публичное выступление должно отвечать требованиям времени.

Как мы уже говорили, для достижения эмоционального эффекта говорящему стоит включать в текст своего выступления пословицы, поговорки, эпитеты, метафоры, а также выработать стиль своего вы-

ступления, подходящий для общения человека на экране со зрителями. При этом следует учитывать краткость изложения (хронометраж) и, конечно, убежденность, уверенность в том, о чем выступающий говорит.

Речевые жанры не ограничиваются присутствием одного человека в кадре. Существуют еще и диалогические: интервью, «круглый стол», дискуссия.

Особую сложность в данном случае представляет опять-таки «прямой эфир». В таких передачах, где принимают участие от двух человек и более, трудно предусмотреть все ситуации, в которых бы участники вели себя предсказуемо. Поэтому расписать до деталей сценарный план не представляется возможным, иначе будет постановка. Однако, в какой-то степени все-таки можно подготовиться к некоторым неожиданностям. Для этого необходимо сформулировать цель и задачу предстоящего публичного разговора, предусмотреть некоторые ситуации, в которых бы наиболее полно раскрывались характеры участников, мотивы их поведения. Сценарный план интервью, «круглого стола» или дискуссии должен обязательно включать разработанную драматургию, которая лишь намечает опорные пункты развития мысли, а разрешение конфликта представляет самим участникам.

Интервью, спонтанные высказывания героев, авторский комментарий, беседа за «круглым столом» – все это позволяет сократить расстояние между человеком на экране и зрителем.

Особенно эффективным с точки зрения воздействия на аудиторию является ситуация, когда телевизионный выступающий является участником события, о котором идет речь. Показ жизни глазами исследователя – одно из самых больших достоинств публицистического выступления. Поэтому сегодня приемы «прямого эфира» успешно используют кино, и даже театр.

Импровизационный характер авторского выступления в кадре и за кадром предполагает составление тезисов, которые обеспечивают разговорность речи и сохраняют ее индивидуальность. А это в свою очередь помогает решению главной задачи публицистики – воздействовать на аудиторию, чтобы увлечь ее в пользу идеи передачи. И здесь важно все: мысли, слова, манеры, внешний вид.

Публицист, по словам Герцена, не обязан быть доктором, но обязан быть болью. Тогда он сможет достучаться не только до сердца своего собеседника, но и до каждого зрителя. В нашем случае большую помощь выступающему (ведущему, комментатору, интервьюеру и т.п.) оказывает умение работать с людьми в форме диалога, даже если человек один на экране. В этой ситуации его собеседником может стать зритель, много зрителей, составляющих аудиторию, одновременно воспринимающих информацию с экрана. Умело построенный диалог со зрителями (диалогический монолог) позволяет расширить круг тем, которые можно эффективно обсуждать с ними. Это еще одна уникальная возможность телевидения, которая сегодня, к сожалению, недостаточно используется. А

это важный элемент телевизионной драматургии. Поэтому, работая над речевыми жанрами, предпочтительнее строить выступление по законам диалога. Психологи считают, что монолог воспринимается труднее, чем диалог, где каждый воспринимает слова, как обращенные к нему лично.

Как известно, человек на экране пользуется устной формой речи. Публичное устное слово помогает зрителю разобраться в разной, иногда противоречивой информации, конечно, в том случае, если четко сформулирована позиция автора.

В условиях телевидения важен внешний вид выступающего. Существует понятие «телегеничность», которое включает в себя определенные требования экрана, соответствующие эстетическому восприятию образа. Сам выступающий должен помнить общее правило – ничего лишнего, отвлекающего зрителя от мысли говорящего.

Из всего сказанного следует вывод. Человек на экране воспринимается вместе с идеей, которую он пытается донести до зрителей. Так создается образ телевизионного выступающего. А образ, как известно, прерогатива искусства.

В отличие от науки искусство образно осмысливает действительность. Каждый вид искусства создает свой образ теми средствами, которыми располагает. В этом смысле телевидение – не исключение. Личные и личностные качества человека (смелость мысли, эрудиция, увлеченность темой и умение увлечь ею аудиторию) плюс обоснованное использование эмоционально-выразительных средств экрана, усиливающие магию личности – вот те средства, которые создают экранный образ в речевых жанрах телевидения.

Литература:

- *Аристотель*. Поэтика. Об искусстве поэзии. М., 1957.
- *Бахтин М.М.* Литературно-критические статьи. М., 1986.
- *Бернштейн С.И.* Язык радио. М., 1977.
- *Вульф В.* Серебряный шар. Преодоление себя. Драмы за сценой. М., 2003.
- *Кузнецов Г.В.* Так работают журналисты ТВ. М., 2000.
- *Муратов С.А.* Телевизионное общение в кадре и за кадром. М., 2003.
- *Отт У.* Вопрос + ответ = интервью. М., 1991.
- *Цицерон М.Т.* Речи. М., 1962.
- Мастерство эфирного выступления. Под общей редакцией проф. Гаймаковой Б.Д. М., 2014.

Печатная индустрия смотрит в будущее

Цыганенко А.М., профессор, кандидат технических наук, руководитель Центра принт-медиаиндустрии ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».

Несмотря на сложные экономические условия в большинстве стран мира печатная индустрия оптимистично настроена в отношении перспектив развития. Интернет и цифровые технологии, производство этикетки и упаковки, функциональная печать и 3D-печать стимулируют развитие сферы печати.

Ключевые слова: печатная индустрия, прогнозы, аналитика, рынок печати.

Печатная индустрия, несмотря на пессимизм со стороны отдельных средств информации и организаций, которая в последние годы постоянно подвергалась троллингу, предсказаниям о неизбежности отмирания развивается. Закон В. Рипла гласит: «Нет однажды установившихся и доказавших себя средств обмена информацией и идеями, которые были бы полностью заменены или вытеснены другими средствами обмена информацией» (http://de.wikipedia.org/wiki/Rieplsches_Gesetz).

2016 год был богат на события в печатной индустрии: выставки, конференции и форумы, оживление печатной индустрии в развитых странах, внедрение новых технологий – вот далеко не полный перечень того, что можно отметить.

Новые решения в этой сфере были представлены в 2016 году на состоявшейся в Дюссельдорфе выставке Dgira. Ее часто называют Олимпийскими играми полиграфии, поскольку это всемирное мероприятие, как и олимпиады, проводится 1 раз в 4 года.

Процессы в индустрии печати, как показала Dgira, в корне изменились благодаря развитию Интернета и цифровых технологий. Разработаны новые решения и расширяются области применения печати, открывая новые перспективы. Все больше внимания уделяется инновационным технологиям в области цифровой печати, технологиям печати, электронике и функциональной печати, наполнилась новым содержанием «зеленая печать», стремительно растет интерес к производству этикетки и упаковки, 3D-печати. Печатная индустрия готова предоставить клиентам весь спектр новейших технологий и вдохновить их на использование новых бизнес-моделей и решений.

Ведущие производители оборудования для полиграфии показали самые современные модели машин, программные продукты и технологии, которые расширяют возможности полиграфического производства, помогают повысить его эффективность, полностью автоматизировать.

Один «контент» – многочисленные каналы публикации позволяют удовлетворять постоянно растущие требования индивидуализации продукции, поступающие от потребителей и клиентов в эпоху цифровых технологий. Многоканальные решения и практические примеры их применения были представлены на стендах многочисленных экспонентов выставки.

Мощный потенциал роста – промышленная и функциональная печать. Огромную роль в развитии отрасли играют сферы применения и технологии нанесения печати на самые различные материалы и поверхности. В частности, речь идет о печати на стекле, керамических поверхностях, текстиле, пленках, металлах и пластике, актуальных для многих направлений.

Технологии будущего стимулируют развитие рынков, открывая огромные шансы и потенциалы роста. Современные материалы с особыми поверхностными и сенсорными свойствами в сочетании с новыми технологиями отделки позволяют реализовать уникальные решения. Цифровая печать открывает новые измерения вариативности, персонализации и индивидуализации печатного продукта.

Все более важную роль в печатной индустрии играет экологичность. Владельцы брендов со всего мира требуют от поставщиков полиграфической продукции соблюдения «зеленых стандартов». Соблюдение стандартов экологичности постепенно превращаются в весомое конкурентное преимущество. Кроме того, экономия ресурсов означает несомненную выгоду. Таким образом, «зеленые технологии» открывают огромный потенциал для печатного бизнеса – в том числе и в будущем.

Накануне выставки Drua аналитики задавались вопросом – как будет развиваться печатная индустрия? Анализы и исследования проводились в разных странах и различными группами экспертов, в том числе организаторами Drua, результаты озвучивались на конференциях и форумах, семинарах. Основные принципы и требования к данным для сравнения и прогнозирования были следующие: цены в долларах США, исключение колебания валютных и обменных курсов, учет инфляции, физические объемы печати принимаются эквивалентными А4 отпечаткам. При анализе не учитывалась офисная и домашняя печать, т.е. учитывалась только печать с целью получения прибыли (полиграфические фирмы, производители книг, газет, журналов, упаковки/этикетки, валюты, типографии оперативной полиграфии, допечатной и послепечатной обработки).

Аналитические обзоры и прогнозы, опубликованные в преддверии выставки, говорят о том, что предприятия печатной индустрии ожидают экономических успехов в будущем. Так по данным организаторов выставки 48 % предприятий ожидают улучшения своего экономического положения, и лишь 7 % прогнозировали спад. Оптимизм разделили представители большинства регионов мира.

Что касается рынков сбыта, то положение компаний, работающих на рынках упаковочных материалов и функциональной печати, лучше, чем положение компаний, работающих на рынках промышленной и издательской печати, и это так практически во всех регионах мира. Наблюдается четкий умеренный рост количества компаний, предлагающих не только основные, но и дополнительные услуги. Северная Америка в этом плане занимает ведущие позиции за счет постоянно высокого уровня участия в оказании таких услуг, в то время как другие регионы мира значительно отстают от нее, например, Ближний Восток и Центральная/Южная Америка, что, вероятно, является отражением региональных различий в использовании интернет-услуг. Медленное, но устойчивое влияние цифровых носителей информации на издательское дело становится очевидным при изучении вопросов, касающихся более активного использования переменного контента, персонализации, подбора текстовых вариантов и увеличения количества цифровых изданий, доступных исключительно в сети Интернет. Ни одна из этих тенденций еще не является окончательной, однако тенденции становятся все более очевидными за счет незначительного увеличения всех параметров год за годом. Отметим при этом, что в США, несмотря на успехи в выпуске электронных книг, в последний период стабилизировался объем выпуска книг на бумажном носителе.

Аналитики британской консалтинговой фирмы Smithers Pira в преддверии выставки Dgupa провели исследование рынка печати во всем мире и изложили его во время ее проведения. К 2020 году, согласно исследованию, объем продаж печати в сопоставимых ценах во всем мире увеличится на 6,3 процента до \$ 876 млрд. В этом случае доля рынка этикетки и производства упаковки увеличится на 6% и до 53% в общем объеме – по данным аналитиков.

Эти результаты могут удивить некоторых, так как области печати еще недавно предрекали ее несостоятельность развития и спад производства. Разрешение этого противоречия заключается в растущей индустриализации мировой экономики, стремительном росте сегмента цифровой печати, в который уже сегодня стекаются крупные средства инвесторов. В ближайшие пять лет этот сегмент в сопоставимых ценах вырастет более чем на 60 %. Не случайно девиз крупнейшей в мире выставки полиграфических технологий и оборудования Dgupa – «Индустрия 4.0».

Однако рост рынка не будет равномерным. В развивающихся странах он будет опережать средние показатели, создавая новые возможности для поставщиков материалов и оборудования. При этом в регионах с устойчивой экономикой бизнес будет развиваться не так быстро, а демографические преобразования изменят производственно-сбытовые связи.

Для жителей Азии полиграфическая промышленность сохранила важную роль в производстве. Новые технологии обеспечили в стра-

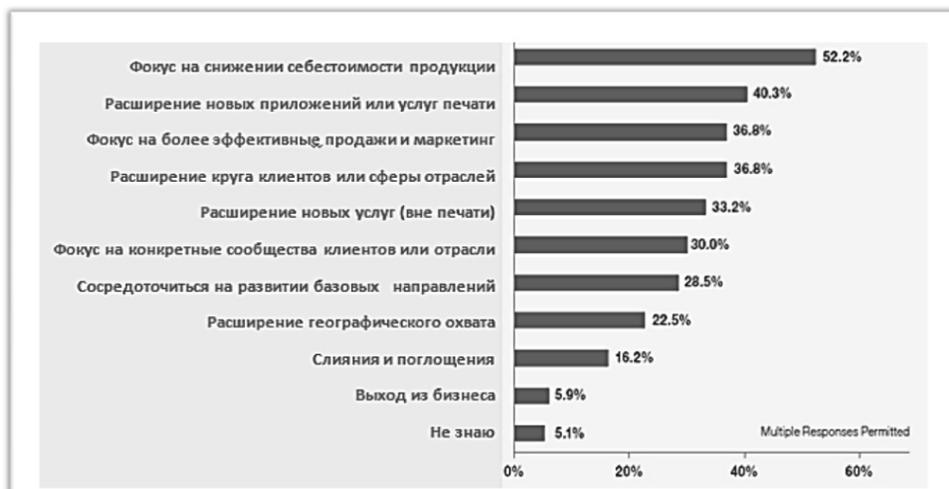
нах Азии быстрое распространение информации в глобальном масштабе. Особо следует в этой связи подчеркнуть развитие китайской индустрии печати. В результате экономических реформ, печатная индустрия является одним из наиболее быстро растущих секторов в Китае. Эффект неуклонного роста печати, произошедший в период с 2004 года по 2014 год, вызвал четырехкратное увеличение объема печати. Так же, как Китай стал второй по величине экономикой в мире, его печатная индустрия является одним из основных игроков мирового рынка в этой сфере. В настоящее время китайская печатная индустрия показывает рост, который продолжится и в обозримом будущем. Для решения новых задач печатная индустрия Китая сосредотачивает внимание на Web-технологиях, кросс-интеграции средств информации, внедряет новые разработки в области «зеленых» экологически функциональных материалов для печати, интеллектуальные или «умные» печатные машины и более чистые технологии производства.

В Индии наблюдается восстановление печатной индустрии после спада и прогнозируется рост, который превысит 5 %, благодаря эффективным экономическим и политическим мерам, повышающим уровень уверенности организаций и предприятий печатной индустрии.

Надо отметить, что китайская печатная индустрия активно влияет на объемы печати в других странах. Особенно это видно на примере европейских стран. Половину экспорта из Китая в денежном выражении в страны ЕС составляют книги. Профиль европейской полиграфии (стран Евросоюза) сегодня: 118.000 компаний, 630.000 сотрудников, 90% компаний работают с количеством сотрудников меньше чем 10 человек. За последние десять лет снижается потребление бумаги на душу населения, число предприятий уменьшилось на 6%, численность работников сократилась на 30 %, а объем продаж снизился на 19%. Доходы печатной индустрии в 2020 году в Европе будут на уровне 175 млрд. долларов США. Этот уровень будет обеспечен только благодаря увеличению производства упаковки, при значительном снижении объемов выпуска книг, газет и журналов.

В преддверии выставки Dgura проводился опрос предприятий печатной индустрии о возможных направлениях бизнеса. Результаты опроса, проведенного Европейской ассоциацией графической индустрии, представлены на диаграмме. Это связано с демографическими изменениями, покупательной способностью населения, его спросом и ожиданием, пользовательскими предпочтениями. Наряду с такой растущей уверенностью в мировой экономической стабильности все больше компаний расширяют свои основные виды деятельности посредством изменения портфелей продукции и услуг, а также за счет предложения новых продуктов.

Диаграмма №1



Если посмотреть на российские показатели, то мы должны констатировать, что наша страна не занимает в сфере печатной индустрии лидирующих позиций. По потреблению бумаги на душу населения мы в несколько раз отстаем от развитых стран. Однако прогноз фирмы Smithers Pira для России вселяет надежды. К 2020 году несколько уменьшится, по сравнению с 2015 годом, выпуск книг, газет журналов (в листах – оттисках около 6 %), но при этом возрастут показатели производства упаковки, каталогов, коммерческой продукции (в денежном выражении более 15 % за 5 лет).

Кадровые вопросы в печатной индустрии также важны. Под воздействием изменений на рынках, в ожиданиях потребителей и в потребностях работодателей и сотрудников рынок квалифицированной рабочей силы в настоящее время диверсифицируется. Увеличивающееся количество мобильных, работающих по совместительству и оформленных не по найму сотрудников, меняет характер работы и рабочего места. Переход к более универсальной рабочей силе обеспечит больше возможностей для сотрудничества, роста производительности, реализации новых бизнес – моделей. Борьба за квалифицированную рабочую силу будет сконцентрирована в высокотехнологичных, творческих и богатых интеллектуальной собственностью секторах, в которых инновации и дальновидность станут необходимыми преимуществами.

Литература:

- Материалы сайта выставки Drupa: <http://www.drupa.com/>
- Материалы Форума «2016 World Print & Communication Forum», Сеул. 2016 г.

- *И. Терентьев.* «Четыре истории с Дгура-2016», журнал Publish, №7-8, 2016 г. <http://www.publish.ru>.
- «Дгура-2016»: решающие импульсы для индустрии печати», журнал «Полиграфия», № 5, 2016г.

Новая специализация в редакции – журналист по работе с Сетью

УДК 070(75)

Коханова Л.А., доктор филологических наук, профессор факультета журналистики Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова.

В данной статье речь идет об исследовании взаимодействия традиционных СМИ и социальных сетей во всей своей многоаспектности и как единой информационно-коммуникативной системы и об эмерджентных или возникающих свойствах в этом процессе. Оно проведено студентами факультета журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова в рамках специальных семинаров. На основании полученных данных можно утверждать, что в процессе использования в работе журналистом социальных сетей формируются новая редакционная специализация, уже получившая название SMM-менеджер.

Ключевые слова: *новая специализация в редакции, журналист по работе с социальными сетями, SMM-менеджер, информационно-коммуникативная система, современные компьютерные и информационные технологии, журналист, журналистика, блогосфера, социальные сети.*

Появление очередного сегмента, в данном случае социальных сетей, в информационно-коммуникативной системе общества ведет к становлению новой специализации журналиста. По мнению журналиста и исследователя информационных процессов С.В. Ерофеева, «от печатного станка Гутенберга (печать), изобретений Маркони и Попова (радио), Розинга и Зворыкина (телевидение), Норберта Винера (кибернетика), Серфа и Бернерса-Ли (Интернет) до современных компьютерных и информационных технологий протянулась естественная технологическая цепочка, которая давала возможность журналистам на каждом этапе технического развития доносить информацию до потребителей быстрее, объемнее, на все большие расстояния и в качестве, приближающемся к реальной жизни»¹. Но для того, чтобы они могли это осуществлять, им приходилось овладевать новыми знаниями, умениями и навыками. Более того, каждая из технологий способствовала появлению узкой специализации. Так, появление газет привело к тому, что

¹ *Ерофеев С.В.* Интернет-журналистика на рубеже XX-XXI веков. ИПК РТР, м, 2011, с.68.

газетчики олицетворяли эту профессию. Но название ей дал журнал, и те, кто информировал общество о происходящем в мире и в конкретном регионе, стали называться журналистами.

Этому термину повезло, так как он и по сей день означает название этой профессии. Это при том, что за эти годы появились радиожурналисты, телевизионные журналисты и, наконец, журналисты интернет-ресурсов. Становление в стране в 2000-х тысячные годы рекламы и PR или связей с общественностью расширило информационно-коммуникативную систему.

Именно понятие «медиа», синонимичное ему, сделало журналистику ее частью вместе с рекламой, PR и виртуальным пространством Интернета, которое в свою очередь постоянно пополняется новыми сегментами. Так, появившиеся в Интернете блогосфера, а затем и социальные сети значительно видоизменили всю сферу информационно-коммуникативной деятельности и, безусловно, повлияли на профессию журналиста.

Но технологический прогресс, который непосредственно захватывает этот вид деятельности, уже не остановить. Взрывной характер современных информационных технологий, которые почти каждый год предлагают новые информационные гаджеты и платформы, становятся серьезным вызовом профессии журналиста. Появляются информационные платформы, которые требуют от журналиста новых знаний и умений. При этом неважно, в каком сегменте СМИ он работает. Как следствие, отмечает профессор Е.Я. Дугин, «отечественные журналисты в попытках расширить аудиторию, привлечь внимание публики стремятся заводить личные аккаунты в социальных сетях, что вполне справедливо в условиях современного развития коммуникаций»¹.

Сегодняшняя печатная, радионная, телевизионная и сетевая журналистика находится в цифровых реалиях, поэтому уже более чем назрела необходимость сформулировать общие подходы в надвинувшейся на нас цифровой революции. Как и понять, что универсальный журналист, на подготовку которого сделана ставка в учебных заведениях, вряд ли сможет предлагать обществу качественный информационный продукт. Поэтому пора признать, что трансформации деятельности журналиста уже есть свершившийся факт, и как следствие – появление новых специализаций или распределения ролей в редакции.

Безусловно, этому во многом способствовало широкое распространение в начале 1990-х годов такого явления как интернет-журналистика. Именно этот сегмент СМИ позволил аудитории увидеть, что она может всегда быть в курсе событий в режиме онлайн в любой точке планеты. Появление сетевых информационных ресурсов заставило традицион-

¹ Дугин Е.Я. Методологический поворот исследований информационно-коммуникативных систем и журналистика // Журналист. Социальные коммуникации. 2015, № 3-4 (19-20). С. 89.

ные СМИ полностью переосмыслить свою работу. Чтобы не оказаться позади, газеты и журналы стали выходить в Сеть, пытаясь поддерживать конкуренцию с информационными агентствами и сетевыми новостными ресурсами. Это не только увеличило нагрузку на редакции, которые, помимо печатных СМИ, начали обеспечивать функционирование интернет-редакций изданий, но и дало широкие возможности для публикации контента самых различных видов, начиная от текстовой информации и заканчивая онлайн-опросами и видеороликами.

В редакциях начали осваивать конвергентные формы работы, что было вызвано в немалой степени и экономическим фактором. В данном случае конвергенция (от лат. *converge* – сближаться, сходиться) – термин, принятый в биологии, этнографии, языкознании для обозначения аналогичных процессов схождения, взаимоуподобления, стал использоваться и применительно к журналистской деятельности¹.

Параллельно ему появился даже термин «журналист-рюкзачник», что означало: деятельность журналиста становится более широконаправленной и многогранной. При этом издания, выходящие в Сеть, вынуждены были искать новые источники распространения полученной информации. Одним из типов таких площадок стали социальные сети, которые пришли на смену блогосфере.

Именно обратной связи в режиме онлайн долгие годы не хватало газетам и журналам. Письма, которые приходили в редакции в большом количестве, были основной формой связи с читателем. Но в последние годы этот поток стал иссякать. К тому же информация, которая была в письмах, к приходу его в редакцию многократно устаревала.

Следует также учесть, что во многих редакциях аналитика ушла на второй план, уступив место новостным материалам или комментариям к ним, то очевидно, что письма читателей в редакцию уже не могли обеспечивать необходимый уровень общения с ними.

К тому же и сам читатель массово ушел в Сеть и стал заявлять о себе как об авторе предоставляемой информации. По результатам исследования статистики Сети аналитического центра Brand Analytics, пользователи социальной сети «ВКонтакте» показывают очень высокий процент вовлеченности аудитории в создание уникального контента. Примерно 40% пользователей социальной сети являются авторами оригинальных текстов, комментариев, рецензий контента, то есть не реже чем один раз в месяц публикуют самостоятельный контент. За день «ВКонтакте» публикуется 287 тысяч постов².

Очевидно, что такая информация, размещенная на данных площадках, нередко может стать информационным поводом или помочь жур-

¹ Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. — 2-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2002

² Социальные сети в России, весна 2015. Цифры, тренды, прогнозы. [Электронный ресурс] URL: <http://br-analytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-vesna-2015-cifry-trendy-prognozy/> дата обращения 16.04.16

налисту найти материал по заданной теме. При этом публикация материалов в социальных сетях тоже имеет свои особенности. Журналист, чтобы привлечь аудиторию, должен видеоизменять свой продукт, ориентируясь на специфику пользователей конкретного ресурса.

Именно анализ этих трансформаций позволил определить цель принятого на протяжении последних трех лет исследования «Особенности работы журналиста в социальных сетях» – выявить специфику работы журналиста газеты в различных социальных сетях как в особой сфере распространения данных. Определить основные особенности его трудовой деятельности и выделить видоизменения по сравнению с работой в традиционных СМИ. Найти особенности двусторонней связи между журналистом и аудиторией, а также обозначить новые методы работы, учитывая возможность использования социальных сетей.

В этом исследовании приняли участие более тридцати студентов факультета журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова в рамках специальных семинаров. Для одних это исследование завершилось на стадии сбора материала и курсовой работы. Для других это стало дипломным сочинением. Третьи продолжают работу уже в качестве магистрантов и аспирантов, так как увидели для себя перспективу не только научного поиска, но и реальной творческой деятельности. В редакциях сегодня крайне востребованы такие специалисты, которые профессионально выстраивают работу издания с социальными сетями.

Тем самым на основании полученных данных стало возможным утверждать, что в недрах редакций формируется новая специализация – журналист по работе с Сетью. Собственно, в изучении информационно-коммуникативной системы четко определились две отправные точки: СМИ и социальные сети. Объектами исследования для одной группы студентов стали развивающие свою работу в социальных сетях наиболее успешные в этом виде деятельности СМИ. Это еженедельная газета «Аргументы и Факты», «Российская газета», «Парламентская газета», «Комсомольская правда», «Московские новости», «Московский комсомолец» и др.

Так, студенты Н. Анашина, П. Нефедова, З. Сейфетдинова в основу своей работы положили исследование опыта ИД «Комсомольская правда», М. Мовчан, Д. Савинова рассматривали взаимодействие СМИ и сетей на примере газеты «Аргументы и Факты», А. Шулик изучала опыт газеты «Московский комсомолец», А. Шумакова сконцентрировалась на журнале «Афиша».

Другая группа начинающих исследователей во главу угла поставила изучение непосредственно такого информационно-коммуникативного феномена, как социальная сеть, ее появления и специфики ее отдельных составляющих. Например, В. Калинину больше интересовала история становления социальных сетей. Тогда как М. Герасимова сосредоточилась на изучении тематики социальной сети «ВКонтакте».

Л. Никишина и М. Левин изучали «Facebook». Н. Заруцкая – «Twitter», О. Алымова – «Youtube», И. Лактюшина – «Instagram» и т.д.

Следует отметить, что в поле зрения студентов попали не только социальные сети первого и второго порядков, признанные во всем мире и более знакомые российскому пользователю, но третьего, менее востребованные аудиторией. К ним можно отнести исследования Е. Рочевой сети «Couchsurfing» и Я. Бобковой сети «Plurk».

Но и в этих исследованиях социальные сети изучались не сами по себе, а в обязательной привязке к печатным изданиям. Так, в одной работе формат новостных заметок в «Twitter» изучался в сравнении с практикой «Московского комсомольца» и «Gazeta.ru». В другом исследовании видеоканал «Youtube» рассматривался вместе с газетой «Новые известия» и порталом «ДНИ.Ру».

По сути, предметом исследования, какой бы не была точка отсчета: СМИ или социальная сеть, стало исследование взаимодействия традиционных СМИ и социальных сетей во всей своей многоаспектности и как единой информационно-коммуникативной системы. Другими словами, речь идет об эмерджентных или возникающих свойствах. По мнению исследователей, «они «возникают», когда система работает»¹.

Это свидетельствует о том, что социальные сети стали уже полноправным компонентом информационно-коммуникативной системы страны и оказывают влияние на другие ее составляющие части, то есть традиционные СМИ. Следовательно, эти компоненты или «системы функционируют как целое, а это значит, что у них есть свойства, отличающиеся от свойств составляющих их частей»².

Проявляются они только в результате действия целостной системы или тесного взаимодействия ее отдельных частей, которое обеспечивают профессионально подготовленные специалисты. Их появление в редакциях, но пока еще не в штатном расписании, говорит о том, что новая по объему и разнообразию подсистем информационно-коммуникативная система стремится к стабильности. Она зависит от многих факторов, но прежде всего от характера и связи между традиционными СМИ и социальными сетями в данном конкретном случае.

Принять эти изменения, происходящие в медийной среде, достаточно непросто, так как даже очень сложные системы поразительно устойчивы и, следовательно, противятся переменам. Это наглядно видно на примере печатных СМИ, которые далеко не сразу увидели для себя возможности сотрудничества с компьютерной сетью Интернета. Хотя некоторые эксперты советовали издателям газет «готовиться к «ренессансу» газетного содержания, что должно дать им

¹ О'Коннор Дж., Макдермотт И. Искусство системного мышления: Необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблем. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. С. 31.

² О'Коннор Дж., Макдермотт И. Указ. соч. С. 31.

значительные преимущества в продолжающейся информационной революции»¹.

В данном случае необходимо уточнить некоторые понятия. Компьютерная сеть – ряд компьютеров, соединенных в единую систему так, что они могут сообщаться друг с другом. Типичным примером является локальная сеть, объединяющая все компьютеры, находящиеся в одном здании. Такая сеть позволяет сотрудникам учреждения обмениваться данными и совместно пользоваться принтерами. Соединение осуществляется обычно посредством кабелей, подсоединенных к каждой машине. Глобальная сеть работает на больших расстояниях, и иногда служит для соединения между собою ряда локальных сетей².

Тогда как социальная сеть – интерактивный многопользовательский сайт, контент которого наполняется его посетителями, с возможностью указания какой-либо информации об отдельном человеке, по которой аккаунт пользователя смогут найти другие участники сети. Коммуникация может осуществляться как с помощью переписки, так и с помощью визуально-слухового способа: видео – аудио³.

Поэтому трудно понять, почему, получив на рубеже веков в распоряжение такое мощное средство распространения информации, как компьютерную сеть, многие российские издатели его так долго игнорировали. Причем это происходило в ситуации, когда печатные издания помимо повышения цен на бумагу, сложностей во взаимоотношениях с Почтой России – монополистом в доставке газет и журналов, испытывали на себе значительное давление нового сегмента информационно-коммуникативной системы – Сети во всех ее проявлениях: онлайн-издания, блогосфера и, наконец, социальные сети. Поэтому прошло достаточно времени, пока они не увидели для себя возможность сотрудничества с Сетью. Тогда они начали более интенсивно развивать электронные версии печатных изданий, которые со временем превращались в самостоятельные отделы редакций. Затем стали заводить свои страницы или аккаунты в различных сетях.

В свою очередь и социальные сети стали проявлять большую заинтересованность в сотрудничестве с традиционными средствами массовой информации. Поэтому на данный момент пресса, радио, телевидение представлены на разных платформах достаточно широко. Так, например, «ВКонтакте» есть паблики как крупных федеральных СМИ («Первый канал», «Коммерсант», «Комсомольская правда» и пр), так и

¹ Газеты на пороге новой эры. Материалы 52-го Всемирного газетного конгресса. Цюрих, июнь 1999 г. С.10.

² Компьютерная сеть - это... Что такое компьютерная сеть? // Научно-технический энциклопедический словарь. [Электронный ресурс]. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ntes/2135>

³ Термин Коммуникация, понятие Коммуникация, определение Коммуникация // Свободный экономический словарь [Электронный ресурс.] URL: <http://termin.bposd.ru/publ/1/12-1-0-28606>

локальных, региональных СМИ («Москва 24», «Метро Казань», «Наша Газета Новороссийск» и другие).

По числу подписчиков публичной страницы лидируют следующие группы печатных изданий:

1. Ведомости <http://vk.com/vedomosti> (783639 подписчиков);
2. Известия <http://vk.com/izvestia> (343200 подписчиков);
3. Комсомольская Правда <http://vk.com/kpru> (290000 подписчиков);
4. Российская Газета <http://vk.com/rgru> (241320 подписчиков);
5. Коммерсант http://vk.com/kommersant_ru (210868 подписчиков)¹.

Для публичных страниц печатных изданий в социальной сети «ВКонтакте» можно выделить следующие закономерности:

- Наибольшее число подписчиков имеют крупные федеральные газеты, относящиеся к качественной прессе. Лишь две массовые газеты («Комсомольская правда» и «Аргументы и факты») имеют свыше 100 тысяч подписчиков.

- Самыми популярными сообществами среди региональных газет являются паблики московских, подмосковных и Санкт-Петербургских газет («Фонтанка», «Вечерняя Москва» и другие).

Поэтому уже сами практики предлагают считать такие образования, как, например, официальную группу газеты «Комсомольская правда» в социальной сети «ВКонтакте» как СМИ. Объясняют они это тем, что эта группа является дополнительной функцией, опцией сайта, относящегося к СМИ, с контентом которого она связана.

Так, В. Бубнова, SMM-менеджер «Комсомольской правды» в интервью Н. Анашиной, одному из участников исследования, говорит: «Не совсем понятен вопрос о разнице между самой газетой, сайтом и социальными сетями. На мой взгляд, ее не стоит учитывать. Это один ресурс, представленный на разных каналах, существенной разницы между которыми нет. Проведем аналогию: все равно, что ты идешь в театр, ты идешь в колледж или ты идешь на работу – это же все равно ты, просто в разных местах, условно говоря. Ты сам не меняешься в зависимости от места. Точно так же и социальные сети: сейчас это очень сильный канал для привлечения трафика на сайт. Очень сильный. Основное отличие – на сайте мы можем делать все что захотим, потому что это наш сайт, а в социальных сетях мы ограничены интерфейсом. Конечно, «Комсомольская правда» в социальных сетях – это не самостоятельные СМИ, а лишь один из форматов».

Как видим по опыту «Комсомольской правды» и ряда других изданий, работа в сетях во многом способствовала развитию конвергентного подхода в организации работы редакций и непосредственно самих журналистов. Но, имея дело с видоизменяющейся системой печатных СМИ, невозможно было осуществлять только точечные изменения, как например, создавать электронные версии своих изданий. Требовалось

¹ [Электронный ресурс] URL: <http://vk.com/> Данные актуальны на 17.04.16

кардинально изменить взгляд на систему печатной периодики страны, чтобы быть готовым к появлению побочных эффектов. Это собственно и происходило со многими изданиями.

Для некоторых они были неожиданными и даже неприятными. Они прекращали свое существование. Другие, которые пытались понять трансформирующуюся под влиянием нового сегмента – Сети – систему, старались предвидеть возможные изменения и планировать свои действия таким образом, чтобы дело ограничилось лишь незначительными побочными эффектами, такими, как, например, сокращением тиража печатной версии, но только на незначительный период и т.п.

Поэтому в основу исследования, предпринятого студентами, было положено изучение, прежде всего, системы печатных СМИ, которая в большей степени претерпела трансформации под влиянием социальных сетей. Это собственно и способствовало появлению новых специализаций в редакциях, благодаря которым можно довести побочные эффекты до минимума, и, тем самым сохранить себя в информационно-коммуникативной системе страны.

Для анализа были выбраны ведущие издания страны, которые, думается, представлять не представляется необходимым. Они общепризнанны в обществе, имеют свою историю. Более того, они сохраняют лидирующие позиции в информационно-коммуникативном пространстве страны, так как пытаются следовать требованиям времени.

Так, например, М. Мовчан, Д. Савинова анализировали опыт еженедельника «Аргументы и факты», который в настоящее время является одним из самых известных изданий в России. Его тираж, согласно данным размещенным на официальном сайте издательского дома, достигает 2,2 миллиона экземпляров. История газеты насчитывает 38 лет¹. Широкий охват аудитории объясняется тем, что сейчас, в период, когда количество сетевых изданий неизменно растет, каждое из них стремится привлечь как можно большую аудиторию².

Однако, как отмечают исследователи, несмотря на попытки охватить максимальное количество читателей, у печатной газеты из-за своей формы выпуска существуют сложности. Собственно, с такой же ситуацией сталкиваются практически все печатные издания страны. Удержать читателя сложно – в ситуации, где широкое распространение получили новостные ленты и моментальные уведомления посредством электронных гаджетов о самых последних событиях внутри страны и в мире, по данным исследовательской компании «TNS Russia» среднестатистический читатель увлечен газетой в среднем 10 минут в день³.

¹ ИД «АиФ»: Издательский дом «Аргументы и факты» // [Электронный ресурс]. URL: <http://corp.aif.ru/page/4>

² Калмыков Л.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 383 с.

³ Бородин Т. Медиапотребление в России выросло до 8,5 часа // Газета «Известия» [

Но даже ежедневный выпуск газеты не гарантирует срочную подачу новости. Поэтому большинство авторов выполненных работ считают, что помимо персонального сайта газеты, одним из лучших с точки зрения оперативности подачи новостей и массовости источников распространения журналистских текстов являются социальные сети. На таких унифицированных площадках пользователи общаются между собой без необходимости устанавливать на компьютеры дополнительные приложения, покупать всевозможные подписки и сталкиваться с трудностями поиска нужного способа коммуникации и даже физически связывать компьютеры посредством сети.

По мнению практически всех участников исследования, каждому журналисту, что работает с социальной сетью, важно иметь досконально полное представление о ней как компоненте информационно-коммуникативной системы. Тогда придет ее понимание, а значит и возможность использования принципа рычага, когда редакции смогут получить дополнительные благоприятные изменения и в качестве побочного эффекта¹.

Анализируя собственную практику, а многие студенты параллельно обучению работают в ряде изданий, они считают, что такой подход достаточно прост. Но для этого необходимо знать, как устроена система печатной периодики или конкретного издания, как «АиФ», «Комсомольская правда» и др., чтобы найти оптимальную точку приложения рычага. «Именно на нее необходимо воздействовать, чтобы с наименьшим усилием получить значительный результат. В этом и проявляется принцип рычага»².

В итоге участники исследовательского проекта согласны с тем, «что в любой системе важнейшей точкой приложения рычага служат убеждения людей, образующих систему, потому что именно убеждения поддерживают систему такой, какова она есть»³.

Следовательно, речь идет о тех журналистах, которые в редакции обеспечивают профессиональную деятельность по работе с социальными сетями. Таких специалистов необходимо готовить, прежде всего, потому, что социальные сети, какими совершенными они не были, – это игра на чужом поле и со специалистами, которые в совершенстве владеют технологией «мягкой силы». Как утверждает Е.Я. Дугин, «с помощью глобальной сети удерживается и всемерно наращивается информационное североамериканское «господство в облаке» над остальным миром. Это нетрудно сделать с учетом того, что информационные технологии, операционные системы, программное обеспечение и социальные сети едва ли не полностью имеют американское происхождение»⁴.

К сожалению, сегодня в редакциях таких обученных специалистов не-

Электронный ресурс]. URL: <http://izvestia.ru/news/587641>

¹ О'Коннор Дж., Макдермотт И. Указ. Соч. С. 42.

² О'Коннор Дж., Макдермотт И. Указ. Соч. С. 44.

³ О'Коннор Дж., Макдермотт И. Указ. Соч. С. 47.

⁴ Дугин Е.Я. Указ. Соч. С. 88.

много, и получается, что любители играют против профессионалов. Все же, судя по проведенным студенческим исследованиям, можно утверждать, что потребность в таких специалистах назрела. Это понимают и сами авторы работ. Они утверждают, что в процессе использования в работе журналистом социальных сетей формируются не только новые особенности трудовой деятельности журналиста, связанные с поиском данных и публикацией материалов в различных ресурсах. Меняется информационная и психологическая составляющая, в зависимости от конкретной социальной сети, вырабатываются особенности подачи материалов. На каждом сайте формируется различный контент, отвечающий запросам пользователей.

Но при этом самое важное для такого сотрудника – он является проводником миссии своего издания в социальных сетях, расширяя его присутствие в информационной среде и, как следствие, его воздействие многократно. Поэтому редакции более чем небезразлично, как он справляется с этим.

Следовательно, подготовка таких специалистов предполагает, как минимум, следующие направления:

- организация работы в сети, когда требуется знание специфики деятельности той или иной платформы;
- умение подготовки текстов с учетом специфики социальной сети;
- использование возможностей сети для традиционных СМИ
- увеличение значимости компьютерных компетенций журналиста.

Подводя итоги проделанным студентами исследованиям, можно утверждать, что они, вместе взятые, представляют собой многостороннее выявление специфики работы журналиста традиционного СМИ в условиях динамически развивающегося информационного поля в сети Интернет. В их основу положены теоретико-методологические принципы исследований, накопленные за десятилетия отечественной научной школой, теми, кто трудился на факультете журналистики эти долгие годы.

Безусловно, они еще далеко не совершенны, и, по сути, представляют студенческую науку. Профессор Е.Я Дугин сожалеет, что «наука о журналистике продолжительное время остается «аспирантской» наукой. Молодой энтузиаст анализирует проблему, но после защиты диссертации «переключается» на другие практики или темы»¹.

Очевидно, интенсивное развитие студенческой науки будет способствовать появлению научных отечественных школ нового поколения. Учитывая полученные данные, отражающие особенности функционирования редакции в социальных сетях, которая не только увеличивает свое присутствие в них, но и использует их возможности для своего

¹ Дугин Е.Я. Указ. Соч. С. 94.

развития, можно констатировать, что затронутая проблема еще ждет своих исследователей. Поэтому так важны первые шаги на этом поприще, но вряд ли обойтись без профессионально обученных специалистов.

Литература:

- *Бородина Т.* Медиапотребление в России выросло до 8,5 часа» // Газета «Известия» [Электронный ресурс]. URL: <http://izvestia.ru/news/587641>
- Газеты на пороге новой эры. Материалы 52-го Всемирного газетного конгресса. Цюрих, июнь 1999 г. С.10.
- *Ерофеев С.В.* Интернет-журналистика на рубеже XX-XXI веков. ИПК РТР, М., 2011, с.68.
- *Дугин Е.Я.* Методологический поворот исследований информационно-коммуникативных систем и журналистика // Журналист. Социальные коммуникации. 2015, № 3-4 (19-20). С. 93.
- ИД «АиФ»: Издательский дом «Аргументы и факты» // [Электронный ресурс]. URL: <http://corp.aif.ru/page/4>
- *Калмыков Л.А., Коханова Л.А.* Интернет-журналистика. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 383 с.
- *О'Коннор Дж., Макдермотт И.* Искусство системного мышления: Необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблем. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. 256 с.
- Социальные сети в России, весна 2015. Цифры, тренды, прогнозы. [Электронный ресурс] URL: <http://br-analytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-vesna-2015-cifry-trendy-prognozy/> дата обращения 16.04.16.

Две страны – одна профессия

Ажгихина Н.И., кандидат филологических наук, российский координатор Диалога профессиональных журналистских организаций России и Украины под эгидой Представителя по вопросам свободы СМИ ОБСЕ, вице-президента Европейской федерации журналистов.

В статье представлен краткий анализ опыта единственной на сегодняшний день устойчивой программы сотрудничества между профессиональными сообществами России и Украины. Особое внимание автор уделяет проблемам профессиональной солидарности, роли международных организаций в защите и обеспечении безопасности журналистов, работников средств массовой информации, а также противодействию пропаганде насилия и ненависти, соблюдению профессиональных и этических стандартов.

Ключевые слова: профессиональные стандарты, журналистская этика, журналистика в период конфликта, информационная война, профессиональная солидарность, журналистика и пропаганда.

Заметки на полях документов диалога российских и украинских профессиональных журналистских организаций в 2014-2017 гг.

17 марта 2017 года исполнилось ровно три года с тех пор, как начал работать Диалог профессиональных организаций России и Украины. Позднее, по предложению одного из участников, президента Фонда защиты гласности Алексея Симонова, он получил название «Две страны – одна профессия». Но тогда, в марте 2014, мы не думали о названии. Мы, несколько представителей руководства творческих союзов, приехали в штаб-квартиру Международной федерации журналистов в Брюсселе сказать о том, что сделаем все возможное для того, чтобы поддержать своих коллег и не дать превратить журналистику в орудие политического противостояния. Мы верили, что конфликт продлится недолго, что скоро наступит мир, и хотели, чтобы журналисты помогали преодолевать последствия конфликта. Мы понятия не имели, какие испытания и трагедии нам всем предстоят.

Тем важнее представляется попытка анализа развития и трансформации диалога, который на сегодняшний день остается единственным опытом постоянного и устойчивого диалога профессионалов двух стран. Показательно (и удивительно!) то, что ни писательское сообщество, ни правозащитное, ни феминистское, несмотря на некоторые предпринятые попытки, не смогли установить подобный диалог.

Международные и межгосударственные организации (ЮНЕСКО, Офис Верховного Комиссара по правам человека ООН, ОБСЕ, Между-

народная федерация журналистов, Международный Институт прессы, «Репортеры без границ» и другие) с самого начала горячо поддержали инициативу. Считают ее реальной перспективой преодоления «информационной войны», проявлений «языка вражды» и агрессии в СМИ. Настоящим мостиком в будущее. Тем актуальнее представляется задача концептуального анализа существующей практики, – и, быть может, формирования на основе такого анализа перспективных стратегий на будущее. Но не только. Подобный анализ также, несомненно, обогатил бы современные медиаисследования, которые в последнее время все реже обращают внимание на значение субъективного фактора в актуальном медиаразвитии. В то же время личный выбор журналиста, а также настроение и позиция профессионального сообщества, продолжают играть существенную роль в формировании медийного ландшафта и настроения аудитории, и цифровая революция в этом плане не столько нивелирует смысл и важность такого выбора, сколько подчеркивает его¹.

Нет сомнений в том, что устойчивость диалога была обусловлена тем обстоятельством, что Союз журналистов России, Национальный союз журналистов Украины и Независимый медиапрофсоюз Украины установили постоянные отношения и развивали сотрудничество задолго до конфликта между двумя странами. Все три организации вступили в свое время в Международную организацию журналистов, объединяющую более полумиллиона журналистов из 120 стран. Российские и украинские журналисты и лидеры союзов участвовали в международных мероприятиях и встречах, а с 2012 года начали сотрудничество в рамках масштабного проекта МФЖ по обеспечению безопасности журналистов и преодолению безнаказанности в семи постсоветских странах.

В рамках этого проекта состоялись рабочие встречи, конференции и тренинги в Москве, Кишиневе, Ялте, Белграде. Была проведена большая работа: разработаны тренинги по обеспечению безопасности работников СМИ, выпущен фильм, на шести языках изданы пособия в помощь журналисту, работающему в зоне риска, опубликован доклад о нарушениях прав журналистов в регионе. По результатам совместного мониторинга начала формироваться сводная база данных о конфликтах в СМИ. Но самое главное – наладились человеческие и профессиональные отношения. За два с половиной года с тех пор, как начался проект, представители журналистских ассоциаций и союзов уже привыкли делиться новостями, получать из соседних стран письма поддержки или приглашения, обсуждать совместные творческие замыслы. Не будет преувеличением сказать, что именно Международная федерация жур-

¹ См. *Засурский Я.Н., Богданов В.Л.* Власть, зеркало или служанка? – Издание Союза журналистов России. М.:2010; *Вартанова Е., Ажгихина Н.* Диалоги о журналистике. - М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2011

налистов пробила серьезную брешь в той атмосфере отчуждения и непонимания, которая сложилась в последние десятилетия между журналистами наших стран.

В сентябре 2013 года на вручении международной премии «Серебряное перо» Национального союза журналистов Украины в Судаче был составлен перспективный план сотрудничества российских и украинских журналистов. О нем говорили и на международной конференции «Преодоление культуры безнаказанности и защиты прав журналистов», проходившей под эгидой МФЖ 22 ноября 2013 года в Киеве.

23 ноября, в Международный день борьбы с безнаказанностью, конференция переместилась из Дома журналиста на Крещатик. С транспарантами на многих языках журналисты шли от Дома журналиста к Почтамту опустить в ящик письмо президенту Януковичу с требованием прекратить преследования журналистов на Украине.

Никто не мог предположить, что случится буквально через день. Как только поступили первые новости об избитых и раненых в Киеве журналистах, российские журналисты связались с украинскими коллегами. Союз журналистов России опубликовал заявление, в котором осуждал нарушение прав журналистов, выполняющих свой профессиональный долг. «Мы требуем полного расследования и наказания для тех, кто повинен в насилии в отношении журналистов и нарушении их прав» - говорилось в заявлении¹. К сожалению, ни тогда, ни в последующие месяцы этого не было сделано, и насилие осталось безнаказанным.

По приглашению секретариата СЖР председатель Национального союза журналистов Украины Олег Наливайко приехал в Москву 15 декабря на традиционный День памяти погибших коллег. Собравшиеся в Центральном доме журналиста, помимо российских журналистов, корреспонденты из других стран и представители профессиональных организаций, спешили узнать из первых рук о киевских событиях, выразили поддержку коллегам Украины.

Профессиональное сообщество и России, и Европы в целом, потрясла беспрецедентная жестокость правоохранительных структур по отношению к журналистам, и тот факт, что в центре Киева мишенью становились все те, кто фотографировал, снимал на камеру. Данные о числе пострадавших разнились, назывались цифры и 90 и 130 человек. В офисе Национального союза журналистов на Крещатике открыли круглосуточный пункт неотложной помощи. Юрий Луканов, президент Независимого медиапрофсоюза Украины, описал события с ноября 2013 по февраль 2014 в сборнике «Безопасность и солидарность. Украина, 2014», подготовленном Международной федерацией журналистов. Совершенно очевидно, что происшедшее нуждается в подробном и обстоятельном анализе.

Как бы то ни было, начиная с последних дней ноября 2013 года, жизнь

¹ См. сайт СЖР URL.: www.ruj.ru

журналистов в обеих странах изменилась, хотя тогда, зимой 2013-2014 гг., этого еще никто не понимал вполне. Тогда верилось, что насилие по отношению к коллегам прекратится. Российские журналисты скорбели об убитом 19 февраля 2014 года киевском журналисте Вячеславе Вереме, и предположить не могли, что будут и другие жертвы.

СЖР, НСЖУ и НИПУ поддерживали связь все это время. Когда на Майдане были избиты российские журналисты, НСЖУ тут же выпустил заявление. Солидарность проявилась в требовании обеспечить безопасную работу журналистов. Зимой 2014 года она обрела вполне конкретные формы. Это, прежде всего, открытые письма и заявления, призывы к международным организациям обратить особое внимание на нарушение прав журналистов¹.

Интонация освещения украинских событий в российских СМИ зимой 2014 года обретала все более агрессивные ноты. Особенно это стало заметно в передачах телевидения. Стресс и психологическая травма, полученные аудиторией в результате просмотра таких сюжетов, еще требует исследования. Вред агрессивной пропаганды для профессии более очевиден². И журналисты попытались защитить базовые ценности журналистики, которые и делают ее важной и нужной для людей.

Еще в первые дни противостояния на Майдане в российском эфире появился очередной выпуск программы «Вести недели» с Дмитрием Киселевым о киевских событиях. Комиссия по журналистской этике Украины решила обратиться по поводу этой передачи, в которой усмотрела непосредственное нарушение профессиональных принципов, искажение фактов, передергивание и пропаганду в Общественную коллегию по жалобам на прессу Российской Федерации. Коллегия по жалобам на прессу – аналог институтов регулирования отношения общества и прессы, существующих во многих странах Европы, была создана по модели британского Совета по прессе. Ее составляют две палаты – палата медиасообщества (исследователи, руководители СМИ, наиболее авторитетные журналисты) и палата гражданского общества, Коллегия принимает жалобы по поводу выступлений СМИ и является своего рода законодателем этических норм и одним из основных инструментов саморегулирования СМИ³. Несмотря на то, что нарушение этических принципов в практике российских массмедиа явление широко распространенное, а культура цивилизованного и процедурного оппонирования, будь то в суде или в общественной структуре крайне низка, то решения Коллегии имели серьезный резонанс. Не будет преувеличением сказать, что именно решения Коллегии вносили, капля за

¹ См. URL : WWW.RUJ.RU; WWW.NUJU.UA

² *Рихтер А.* Запрет на пропаганду войны и разжигание ненависти в международном праве. Издание ОБСЕ, 2015.

³ Подробно о деятельности Коллегии можно прочитать на сайте Союза журналистов России. URL.: www.ruj.ru

капель, значительный вклад в развитие демократических основ медиасреды и утверждали здоровые тренды развития взаимодействия СМИ и общества.

В феврале 2014 Общественная коллегия по жалобам на прессу приняла решение по поводу передачи «Вести недели» с Дмитрием Киселевым, усмотрев в программе признаки пропаганды и нарушение этических принципов. Об этом широко сообщили практически все российские СМИ. Решение было поистине резонансным, хотя оно и не повлияло на формат и контент программы, но имело принципиальное значение для многих коллег.

В том же году Коллегия приняла еще одно решение, связанное с Украиной, по поводу программы НТВ, посвященной мемориалу сталинских репрессий «Пермь-36» в Пермской области, который неоднократно подвергался нападкам пропагандистов. В одной из «разоблачительных» передач говорилось о том, что музей посвятил экспозицию исключительно бандеровцам и их прославлению. Коллегия также выявила искажение фактов и предвзятость в программе.

Развитие событий вызвало к жизни еще одну форму сотрудничества российских и украинских профессиональных организаций. В марте 2014 была открыта совместная круглосуточная «горячая линия» для журналистов, освещающих референдум в Крыму. Корреспонденты, столкнувшиеся с проблемами в ходе работы, могли позвонить по телефону в Москву и в Киев. Представитель французского телеканала Плюс ГАВ Дэвид Джеффрион был задержан 13 марта вооруженным человеком во время съемки. Человек представился представителем организации «самооборона Крыма» и отказался вступать в контакт с украинским журналистом, который оказался рядом. Украинские коллеги немедленно связались с СЖР, передали контактный телефон и попросили содействия в освобождении французского журналиста. После вмешательства российских коллег француз был отпущен.

«Горячая линия» была открыта союзами журналистов вновь, когда начались столкновения на востоке Украины.

В мае 2014 года состоялась первая встреча представителей союзов двух стран в офисе Представителя ОБСЕ по свободе слова в Вене. С тех пор Вена стала основным местом встреч участников Диалога.

В ходе второй встречи, в июне, была подготовлена «дорожная карта» «Две страны – одна профессия», где подчеркнули важность уважения к труду, безопасности и достоинству журналиста. Документ получил горячую поддержку у многих российских журналистов в различных регионах страны, и в то же время вызвал недовольство записных пропагандистов.

24 мая 2014 года в деревне Андреевка под Славянском погибли итальянский фотограф Андрея Рокелли и его российский переводчик фрилансер Андрей Миронов. Тело погибшего итальянца было сразу же отправлено на родину, а тело Миронова несколько дней не могли транс-

портировать, как оказалось, – не разработана процедура.

После гибели журналистов Союз журналистов России совместно с Советом по правам человека при президенте Российской Федерации предложил поправки к Закону о СМИ, касающиеся обеспечения безопасности журналистов, направляемых в «горячие точки». Поправки предусматривали жесткую ответственность работодателя – страховку, подготовку, средства защиты и другие меры, включая генетическую экспертизу, вывоз тела в случае трагедии, поддержка семье.

17 июня под Луганском погибли журналист ВГТРК Игорь Корнелюк и звукоинженер Антон Волошин. 30 июня был смертельно ранен оператор Первого канала Анатолий Клян. 6 августа погиб фотокорреспондент агентства «Россия сегодня» Андрей Стенин (тело обнаружили только 3 сентября). Погиб вместе с украинцами Андреем Вячало и Сергеем Коренченковым, сотрудникам инфорслугб самопровозглашенных республик. 10 октября от последствий плена скончался фрилансер, работавший на французское информационное агентство, Валерий Донской.

Институт массовой информации Украины зафиксировал 283 случая задержания, избиения, нанесения вреда журналистам на востоке Украины. Служба мониторинга Фонда защиты гласности также информирует о воспрепятствовании работе российских журналистов на территории РФ в случаях, имеющих отношение к событиям на востоке Украины, в частности, журналистов не пускали на похороны погибших под Луганском и Донецком.

В сентябре во время очередной встречи в Вене участники диалога осудили насилие в отношении журналистов, а также выразили возмущение захватом журналистов в плен на территории самопровозглашенных республик, выступив с совместным заявлением. Требование освободить задержанных журналистов звучало и в последующих совместных заявлениях.

К началу 2015 года все восемь задержанных журналистов были освобождены. Более того, двое из них, Валерий Макеев и Роман Черемский, рассказали о том, что именно диалог помог им обрести свободу, и, вероятно, спас жизнь. Роман Черемский рассказал об этом на конференции ОБСЕ по безопасности журналистов в июне 2015 года. Валерий Макеев написал в книге «100 дней в плену» (вышла на украинском языке). В журнале «Журналист» № 3 за этот год опубликован фрагмент из этой книги. Этот неожиданный результат – спасенные жизни – можно считать самым важным итогом работы Диалога.

Одним из своеобразных промежуточных итогов сотрудничества стал совместный доклад о нарушении прав журналистов и роли профессиональных организаций, подготовленный совместно с МФЖ, «Безопасность и солидарность. Украина, 2014»¹. В нем содержатся сведения о

¹ URL.: www.if.org

работе украинских коллег и приведены данные мониторинга ситуации.

Диалог стал одним из важных сюжетов на мероприятиях Дня свободы слова, проходивших под эгидой ЮНЕСКО в Риге 3 мая 2015 года, а также Дня свободы слова в Хельсинки в 2016 году, ежегодного совещания Европейской федерации журналистов в Будве, в офисе Верховного комиссара по правам человека в Женеве в 2015 и 2016 годах, на конференции «Безопасность журналистов и работа в условиях риска» в Вене. В 2016 ОБСЕ создало веб-сайт, на котором размещена подробная информация о развитии Диалога¹.

Офис Верховного комиссара по правам человека ООН в Женеве предложил его участникам провести анализ проявлений «языка вражды» и обсудить перспективы его преодоления в 2015 году. В работе приняли участие эксперты украинской «Телекритики» и коллектив российского издания «Журналистика и медиарынок».

Выяснилось, что в России агрессия превалирует в национальных СМИ, прежде всего в электронных, в то время, как в регионах возник новый опыт сопротивления информационной войне. В частности, в издательском доме «Мир Белогорья» был разработан собственный кодекс этических правил, не позволяющий использование элементов «языка вражды» в журналистских текстах сотрудников ИД, кроме того, в изданиях «Мира Белогорья» были открыты новые рубрики, посвященные истории добрососедства, смешанным российско-украинским бракам, традициям и культуре двух народов. Руководство холдинга предложило совместный проект изданиям соседней Харьковской области Украины.

Украинские исследователи, в свою очередь, сосредоточились на анализе наиболее характерных проявлениях «языка вражды» и выработке альтернативных подходов. Результатом сотрудничества с Офисом Верховного комиссара ООН по правам человека стала разработка совместного исследовательского проекта молодых журналистов двух стран по преодолению агрессии в СМИ и Интернете. В первые два года в Диалоге приняли участие более пятидесяти человек, в том числе руководители союзов, лидеры региональных отделений, юристы, руководители этических комиссий, главные редакторы.

Важным фактором успешной работы стало участие в каждой встрече представителей международных профессиональных организаций, которые делились опытом работы в зонах конфликта и опытом преодоления последствий конфликтов. Особенное внимание привлекли выступления британских и ирландских коллег – представителей Национального союза журналистов Великобритании и Ирландии Джима Бумелы и Шимуса Дудли, а также выступления коллег из бывшей Югославии, Боро Контича и Сенада Пеканина.

Конец 2015 г. и начало 2016-го стали временем серьезных испытаний Диалога. В первую очередь это было связано с продолжением полити-

¹ URL.: www.osce.org/fom/184881

ческой напряженности и «пробуксовкой» Минского мирного процесса. Отключение большинства российских телевизионных каналов от вещания в Украине, отказ в аккредитации российским журналистам, составление «черных списков» работников СМИ способствовали эскалации агрессии в профессиональной среде. Лидеры Диалога подвергались резкой критике в Интернете, в том числе со стороны коллег (об этом писал подробно Виталий Челышев в журнале «Журналист» за 2016 год, № 2). Независимый медиапрофсоюз журналистов Украины после смены руководства занял радикально националистические позиции и в 2016 году официально вышел из Диалога. Негласный запрет журналистам государственных СМИ Украины на поездки в Россию не позволил выполнить рекомендации Диалога об организации обменных поездок в соседние страны. Не удалось осуществить задуманную совместную поездку в Крым. Не смогли наладить постоянное взаимодействие этических комиссий двух стран, как было задумано изначально. Не сложилось трансграничное партнерство газет.

Тем не менее, уверенность в правильности работы Диалога оставалась несомненной для многих журналистов в обеих странах. Об этом говорили на Фестивале СМИ в Дагомысе в октябре 2015 года и на встрече российских и украинских коллег в декабре того же года в Киеве. В СЖ Украины в Киеве был показан фильм режиссера Евгении Головни «Юрий Щекочихин. «Однажды я был...», который привлек огромное внимание. Его последующее обсуждение показало верность журналистов обеих стран основным ценностям профессии и необходимость продолжения диалога.

Основным направлением работы в 2016 году стало развитие совместных творческих проектов молодых журналистов. Под руководством лидера украинского союза Сергея Томиленко и секретаря СЖР Ашота Джазояна силами молодых тележурналистов были сняты три документальные ленты, две в Вене о работе ОБСЕ и об одном дне многонационального рынка в центре австрийской столицы, где бок о бок успешно работают русские, украинцы, молдаване, представители прочих бывших советских республик. Третий фильм был снят в Сараево, где трудно и медленно, но всё же преодолеваются последствия конфликта, потрясшего страну более 20 лет назад. Фильмы были продемонстрированы в Москве, Одессе, Киеве, Николаеве, Санкт-Петербурге, Вене, в Гамбурге. На встрече министров стран ОБСЕ им было посвящено отдельное мероприятие «на полях» официальной повестки дня.

Участники проекта единодушно выразили готовность продолжать удачный опыт. Преподаватели отделений и факультетов журналистики двух стран также выразили готовность включиться в разработку совместных программ. В рамках развития Диалога состоялись встречи с профессорско-преподавательским составом в Одессе и Запорожье, в Москве и Санкт-Петербурге.

В настоящее время обсуждается продолжение «молодежной составляющей» Диалога в Европе. Университет Вены готовит свои предложения по организации совместной «летней школы» по проблеме этики и профессиональных стандартов для молодых профессионалов двух стран.

Опыт сотрудничества «поверх конфликта» начал привлекать внимание исследователей. Представители шведского университета Содерторн присоединились к рабочим встречам Диалога в 2017 году. В 2017 году состоялись рабочие встречи с участием представителей Офиса по свободе СМИ ОБСЕ в Вене, Одессе и Запорожье. Во встречах в Одессе и Запорожье приняли участие более 100 журналистов региональных и центральных украинских СМИ. Встречи в украинских городах убедительно доказали важность диалога, необходимость совместного обсуждения профессиональных сюжетов и преодоление разобщенности.

В июне 2017 года в Вене в рамках международной конференции по безопасности журналистов ОБСЕ состоится специальная секция, посвященная изучению опыта сотрудничества.

Каковы главные уроки Диалога? В чем его ценность? Что он дал или может подсказать гражданам двух стран, политикам, аудитории, исследователям? Какие основные выводы может сделать профессиональное сообщество?

Совершенно очевидно, что перед нами живой пример солидарной профессиональной позиции, пример самоорганизации, показавшей свою жизнеспособность и устойчивость в крайне трудной ситуации. Не будет преувеличением сказать, что Диалог продемонстрировал реальность таких понятий, как профессиональная солидарность, приверженность основополагающим этическим и профессиональным принципам. С первых дней эти позиции были выражены предельно четко в «дорожной карте» и заявлениях, утверждавших, что журналисты не солдаты и не должны быть использованы как орудие в информационных и иных войнах, что журналисты должны иметь возможность беспрепятственно и безопасно выполнять свою работу и пользоваться уважением всех сторон.

Значение этой декларации, прозвучавшей на весь мир благодаря поддержке международных организаций, трудно переоценить.

В практическом плане главный урок Диалога – создание действенного инструмента по защите журналистов в период острого конфликта. Именно он содействовал освобождению журналистов из плена, и, возможно, спас несколько жизней.

Диалог показал также важность взаимодействия в период менее острый: «горячая линия» в ходе освещения референдума в Крыму, постоянный обмен информацией о нарушении прав, режим быстрого реагирования на нештатные ситуации (задержания украинских журналистов в регионах РФ, отказ в предоставлении информации и т. д.), а также важность проведения совместного мониторинга.

Совершенно ясно, что диалог не имел бы успеха, если бы у участников отсутствовал предварительный опыт сотрудничества и желание продолжить работу.

Еще один ключевой аспект - участие международных организаций, включение международного опыта преодоления конфликтов и защиты журналистов.

В плане концептуальном Диалог подтвердил, прежде всего, решающую роль этических стандартов в преодолении пропаганды ненависти и «языка вражды», необходимость уделять особое внимание универсальности этих стандартов в период конфликта. А также необходимость совместного обсуждения всех больших и острых вопросов и совместного поиска основных точек взаимодействия вне зависимости от разницы в позициях по тому или иному сюжету. В этой работе важно участие как экспертов по этике и руководителей органов саморегулирования (Этическая комиссия, Общественная коллегия по жалобам на прессу), так и академического сообщества и преподавателей журналистики. Роль университетов здесь в числе первостепенных. При этом принципиально то, что инициировали взаимодействие именно профессиональные организации, равноудаленные как от политики, так и от бизнеса.

Наконец, Диалог дал пример живого человеческого взаимодействия и сотрудничества профессионалов разного возраста, разного опыта. Показал, что в любое время и в любой ситуации можно и важно оставаться журналистами и людьми.

Литература:

- Две страны – одна профессия // Материалы встреч представителей профессиональных журналистских организаций России и Украины под эгидой Представителя ОБСЕ по вопросам свободы СМИ. Вена: ОБСЕ, 2015.
- Пропаганда и свобода средств массовой информации. Памятная записка Представителя ОБСЕ по вопросам свободы СМИ. Вена: ОБСЕ, 2016.
- Настольная книга по медийному регулированию. Выпуск 4. М.: ЮНЕСКО, 2016.

Печать – агитатор и организатор революций в России

Черняк А.В., доктор исторических наук, профессор, заслуженный работник культуры России (журналистика).

Исполняется 100 лет со дня совершения Февральской и Октябрьской революций в России. Автор предпринимает попытку осмысления с позиций сегодняшнего дня и новых материалов, ставших достоянием общественности, кто же разжигал их пламя? На основе анализа документов и академических трудов, материалов печати, мемуаров – воспоминаний участников происходивших событий, делается вывод, что огромную роль сыграла печать.

Ключевые слова: 1917 год, революция, власть, Временное правительство, Советы, пресса, журналистика.

Статья первая. От Февраля к Октябрю

Российские революции до сего дня таят много загадок. Как отмечал в статье «Сюрприз для Ленина: Февральская революция без революционеров» (См. «Московский комсомолец», № 27294 от 9 января 2017 г.), известный политолог и журналист Л. Млечин, историки спорят о том, кто её совершал. Большевики большей частью вынуждены были эмигрировать за границу, другие томились в ссылках и тюрьмах. Ленин, находившийся в Швейцарии, в январе 1917-го, беседуя с молодыми социалистами в Цюрихе, говорил, мол, мы, старики, может быть, не доживём до решающих битв этой грядущей революции, но высказывал надежду, что это сделает молодежь. А через несколько недель монархия и империя рухнули. И это, считает Млечин, была революция без революционеров.

Если подходить формально к проблеме, то да, ярко выраженных революционеров, как личностей, в феврале 1917-го в Петрограде не было. Но была революционная масса. Прежде всего, это солдаты, вчерашние крестьяне и рабочие, нежелающие воевать, людская масса, которая, подобно вулкану, угрожающе бурлила, готовая каждую минуту к извержению. К революции её подготовили не отдельные вожди, а царь своей политикой, депутаты Государственной думы, выразившие интересы избирателей, зажигающими речами, и масоны, подталкивавшие «каменщиков» через свои закрытые ложи поменять власть. Все это было обращено к широким слоям, ибо только народ хозяин Земли

русской. Но, чтобы донести идеи до людей, побудить их к действию, реализовать эти идеи есть только один путь – пропаганда и агитация. А она осуществляется в ходе межличностного обмена, посредством собраний, митингов и с помощью печати, СМИ. При этом пресса здесь более эффективна. На собрание, митинг можно собрать сотни, тысячи людей, но не каждый день, а печать способна каждодневно охватить миллионы и миллионы. Вспомним Наполеона. «Я боюсь трех газет больше, чем 100 000 штыков» Придя к власти, закрыл большинство газет, оставив в каждом департаменте по одной, а в Париже из 73, вначале 13, а к 1811 году их было лишь четыре.

Послушаем В.И. Ленина: *«Нам нужна, прежде всего, газета, – без нее невозможно то систематическое ведение принципиально выдержанной и всесторонней пропаганды и агитации, которое составляет постоянную и главную задачу социал-демократии вообще и особенно насущную задачу настоящего момента, когда интерес к политике, к вопросам социализма пробужден в наиболее широких слоях населения... Вряд ли будет преувеличением сказать, что степень частоты и регулярности выхода (и распространения) газеты может служить наиболее точным мериллом того, насколько солидно поставлена у нас эта самая первоначальная и самая насущная отрасль нашей деятельности. Далее, нам нужна именно общерусская газета. Если мы не сумеем и пока мы не сумеем объединить наше воздействие на народ... посредством печатного слова, – будет утопией мысль об объединении других, более сложных, трудных, но зато и более решительных способов воздействия. ...Наконец, нам нужна непременно политическая газета. Без политического органа немыслимо... движение, заслуживающее названия политического. Без него абсолютно неисполнима наша задача – сконцентрировать все элементы политического недовольства и протеста. Мы сделали первый шаг, мы пробудили в рабочем классе страсть «экономических», фабричных обличений. Мы должны сделать следующий шаг: пробудить во всех сколько-нибудь сознательных слоях народа страсть политических обличений... У людей, способных и готовых обличать, нет трибуны, с которой они могли бы говорить, – нет аудитории, страстно слушающей и ободряющей ораторов. ...И мы обязаны создать трибуну для всенародного обличения царского правительства; – такой трибуной должна быть социал-демократическая газета...*

... Роль газеты не ограничивается, однако, одним распространением идей, одним политическим воспитанием и привлечением политических союзников. Газета – не только коллективный пропагандист и коллективный агитатор, но также и коллективный организатор... При помощи газеты и в связи с ней сама собой будет складываться постоянная организация, занятая... регулярной общей работой, приучающей своих членов внимательно следить за политическими событиями, оценивать их значение и их влияние на разные слои населения,

вырабатывать целесообразные способы воздействия на эти события со стороны революционной партии... И если мы соединим свои силы на ведении общей газеты, то такая работа подготовит и выдвинет не только наиболее умелых пропагандистов, но и наиболее искусных организаторов, наиболее талантливых политических вождей партии, способных в нужную минуту дать лозунг к решительному бою и руководить им». (Ленин В.И. Псс., Т.5, с.11)

Российские революционеры взяли на вооружение советы и Наполеона, и Ленина, использовали их в полной мере. В контексте революционной ситуации того времени газеты являлись наиболее эффективным и динамичным средством влияния на массы, формирования общественного мнения. Исключительную важность печати осознавали практически как правительство, так и политические лидеры, крупный капитал, поэтому «газетному» делу с их стороны уделялось огромное внимание. Данная проблема в немалой степени исследована советскими и российскими историками (например, Б.И. Есиным, И.В. Кузнецовым, Р.П.Овсепяном, другими), но авторы рассматривали её в целом и, во-первых, применительно к Октябрьской революции, и, во-вторых, акцентируя внимание на большевистской печати, которая, кстати говоря, была не такой уже и многочисленной.

В стране же между революциями 1905–1917 гг. зарегистрировано свыше 14 тысяч периодических изданий. Выходило же, как свидетельствует Каталог Российской национальной библиотеки, около 4,5 тысяч. Всплеск был в годы первой революции, затем многие издания закрылись. Новая волна приходится на 1917-й. Скажем, в Петрограде в период с 1905 по 1917 год увидели свет около 600 газет, а в феврале – октябре выпускалось 160. В Москве с начала века до февраля 17-го было 470 периодических изданий, а в феврале-октябре 17-го – 83. Суммарный тираж ежедневных газет, принадлежащих правительству и защищавшим его банковским, монархистским, промышленным и помещичьим группировкам, составлял 1,5–1,6 млн. экземпляров, эсеро-меньшевикам – 640-740 тысяч, большевикам – до 80 тысяч экземпляров. Заметное развитие получила региональная печать. В Киеве в 17-ом выходило 39 газет, Екатеринославле – 29, Казани – 25, Нижнем Новгороде – 32, Иркутске – 18, Минске – 26, Ивано-Вознесенке – 9, Гомеле – 8...

Это были газеты различных направлений и типов, издаваемых для конкретных аудиторий, официальные и частные, органы разных партий и общественных групп. Вся эта армада каждодневно выливалась на головы людей миллионы слов: информировала о событиях в жизни страны и планеты, критиковала власть предрержащих, пропагандировала новые идеи, агитировала за эти идеи, побуждала к действиям, организовывала массы.

Периодика февраля-октября, с точки зрения идейно-политического направления, представляла весьма пеструю картину: часть изданий

выражала интересы имущих людей и поддерживала Временное правительство, считая революцию завершённой, другая часть, выступала за её продолжение. Внутри этих частей имелись всевозможные более мелкие политические течения и воззрения, отражающие взгляды партий, объединений и групп. Петросовет, а затем ЦИК Советов, Советы депутатов на местах как органы революционной власти, после свержения самодержавия, взяли под свой контроль издание газет. В Петрограде ввели их лицензирование, создав для этого комиссию в составе Н.М. Стеклова, Н.Н. Суханова, П.Н. Александрова. 5 марта Исполком Петросовета Совета воспретил к выпуску монархические и все черносотенные издания: «Земщина», «Голос Руси», «Гроза», «Колокол», «Русское знамя» и другие. Возникла парадоксальная ситуация – с одной стороны провозглашалась свобода слова для всех, с другой – вводилось её ограничение для националистов и монархистов, в третьих – отсутствовал механизм выдачи лицензий, и некоторые издания не могли их получить. Кадеты пригрозили массовой демонстрацией. 10 марта Исполком принимает новое постановление – разрешить свободный выход всем изданиям, без различия направлений, оставив за собой право принимать меры против тех, кто будет вредить делу революции. Но и это постановление не внесло ясности. В 20-х числах марта в газете «Русское слово» кадеты опубликовали разработанный ими проект «Закона о печати». Он открывался словами: «Печать свободна. Цензура отменяется отныне и навсегда». 27 апреля 1917 года Временное правительство приняло этот Закон, провозгласивший свободу слова и печати, как основной принцип демократии, беспрепятственный выпуск, распространение и торговлю печатными изданиями любых политических направлений. (Вестник Временного правительства. 1917. № 55.)

Закон способствовал дальнейшему развитию в центре и на местах общественно-политической, многопартийной, многонациональной журналистики. В системе печати данного периода, наряду с правительственными и поддерживающими Временное правительство изданиями, усиливается влияние на массы партийной либеральной и оппозиционной периодики, появляются лево- и правоэсеровские, анархистские издания, растёт сеть солдатских и крестьянских газет, а также газет на национальных языках и бульварной прессы.

После Февральской революции новая власть создает свою систему информирования населения, воздействия на массы. Российскую периодику февраля-октября можно условно разделить на пять неравных частей. Первую обозначить как печать новой власти, вторую – «промышленно-финансовую», третью – либерально-демократическую, четвертую – оппозиционную, пятую я бы назвал издания для «ширпотреба», развлекательные, бульварные. Каждая из этих частей имела свою аудиторию, прежде всего, воздействовала на неё, но вела агитацию и на других полях, полемизировала с оппонентами.

Популяризацией новой власти озаботился министр юстиции А. Ф. Керенский. По его инициативе при министерстве открылось бюро печати, сообщавшее политические новости и информирующее о важнейших мерах, принимаемых правительством. В начале марта в Петрограде начал действовать комитет журналистов, издававший газету «Известия». Цель издания определялась как всестороннее освещение деятельности новой власти.

Рупором проводимой политики «временщиков» стал официальный орган – ежедневная газета «Вестник Временного правительства», который явился продолжением «Правительственного вестника», сохранил его дореволюционную нумерацию. Содержание «Вестника Временного правительства» свидетельствует о преемственности того же курса, который существовал при царе – поддержка лозунга «Война до победного конца!» Пятого марта 1917 года «Вестник» писал, что все крупнейшие столичные газеты: «Русское слово», «Новое время», «Речь», «Биржевые ведомости», «День», другие приветствуют Временное правительство и призывают к его поддержке. В этом же номере сообщалось о назначении комиссара по делам печати.

Постоянными рубриками «Вестника Временного правительства» стали: «Постановления Временного правительства», «Административные известия», «Война», «По России», под которыми публиковались обращения правительства, законы и законопроекты, распоряжения, дипломатические ноты, информация с фронтов, отчеты о заседаниях правительства и так далее. Появлялись на страницах газеты и публицистические статьи (например, статья В. Г. Короленко «Отечество в опасности», 14(27) марта). Временное правительство, продолжая выпуск «Вестника», начало издавать еще и «Народную газету». Практически во всех регионах продолжали выходить «Губернские ведомости», перешедшие на сторону Временного правительства.

Место монархической печати заняли и «Известия рабочих, солдатских и крестьянских депутатов». Созданные как органы Советов различных уровней, они, в большинстве своем, ратовали за новую власть, дальнейшее развитие демократии, свободу, справедливость и равенство. Но некоторые издания перешли на сторону социалистов. Так, «Известия» Архангельского, Минского и ряда других Советов находились в руках меньшевиков и эсеров, а в редакцию «Известий Советов рабочих и солдатских депутатов Бакинского района» входили как большевики, так и меньшевики.

Кадеты в дополнение к уже имевшимся изданиям стали выпускать журнал «Вестник партии народной свободы». Они ратовали за политику Временного правительства, считали революцию законченной и видели дальнейший путь в конституционном поле развития страны. Расширили воздействие на массы эсеры, начав выпуск новых изданий. С июня 1917 года органом ЦК стало «Дело народа», тираж доходил до 300 тыс. экземпляров. К числу популярных эсеровских газет относи-

лись «Воля народа» (отражала взгляды правого течения в ПСР, выходила в Петрограде), «Труд» (орган московского комитета ПСР), «Земля и воля» (газета для крестьян, Москва), «Знамя труда» (орган левого течения, Петроград) «Вольный голос Севера» и другие. Кроме того, ЦК ПСР издавал журнал «Партийные известия». Печать эсеров пропагандировала идею демократического социализма, который виделся им как общество хозяйственной и политической демократии. Они считали возможным переход России к социализму некапиталистическим путём, социализм же, полагали, раньше всего произрастет в деревне, а почвой для него, его предварительной стадией, должна стать социализация земли. Программу эсеров написал В.М. Чернов, он являлся и главным идеологом партии, редактировал ряд изданий.

Промышленно-финансовая печать выражала интересы имущих людей, считала революцию завершённой и провозглашала дальнейший конституционный путь развития страны, выступала за продолжение войны и совместные действия с союзниками. Следует отметить, что она значительно окрепла после Февраля. С 5 марта возобновилось издание «Нового времени», «Русской воли», «Биржевых ведомостей». Были созданы и другие газеты, поддерживающие Временное правительство и выражавшие интересы крупных промышленных корпораций, влиятельных банковских структур: «Голос Руси», «Финансовая газета», «Молва» и др.

Исследователи отмечают также, что общественная жизнь Петрограда 1917 года отнюдь не сводилась исключительно к партийно-политической борьбе. В России к этому времени уже сложились достаточно влиятельные социальные группы, не связывавшие себя с какой-либо конкретной партийной программой. Одну из таких групп представляли собой финансовые круги. Они не были единой силой, хотя определенная консолидация в этой среде, естественно, имела. Именно с этой группой связана деятельность книжно-газетного издательского дома А.С. Суворина, ядром которого являлась газета «Новое время», выражавшая самый широкий спектр мнений и, прежде всего, власть предрешающих. Кроме «Нового время», редакционная политика которого напрямую зависела от политико-экономических и чисто коммерческих интересов издателей и читателей газеты, Суворин издавал «Московский телеграф», «Русское знамя», «Земледельческую газету», журналы «Исторический вестник», «Наборщик и печатный мир» и другие.

Политический курс «Нового времени» был близок, хотя и не тождествен, курсу правительственному. Социально-политическая ориентация газеты, позиционировавшей себя в качестве печатного органа «независимой части русского общества», проделала эволюцию от либеральной направленности к государственно-националистической и, как полагали современники из среды либеральной интеллигенции, определенно реакционной. «Новое время» обладало устойчивой репутацией, прежде всего, в право-консервативных кругах населения. Сам

А.С. Суворин социальной опорой нововременства считал зажиточные слои крестьянства, купечество, духовенство и городскую буржуазию.

Надо сказать, что отношение к властным структурам на страницах «Нового времени» не было одинаковым на протяжении весны-осени 17-ого. Постепенно в редакции нарастало недовольство и Временным правительством, и Советами рабочих, солдатских и крестьянских депутатов. Это совпадало с позицией крупнейшего финансиста А.И. Путилова, воспринявшего Февральскую революцию и последовавшие за ней события как хаос, разруху и анархию. Сетования на анархию, беззаконие, безвластие – красной линией проходили через публикации «Нового времени». С газетных полос издания звучали призывы навести порядок в стране. Усиливались ожидания «сильной руки», прихода «крепкой власти», которая сможет этот порядок навести. Тем самым, газета идеологическими средствами активно содействовала движению страны к военной диктатуре, по существу, возвращала Корнилова.

Но лишившись сначала широкой общественной поддержки, а затем, утратив финансовую и идейную опору, газета практически потеряла реальную возможность держаться на плаву. Довольно агрессивные нападки «Нового времени» на большевистскую партию и политику, продолжавшиеся с марта 1917 года, привели к тому, что газета, к осени фактически уже не представляла реальной угрозы для большевиков в идеологическом смысле. Влиятельными же у промышленно-финансовой группы оставались «Утро», «Раннее Утро», «Русские ведомости».

Особняком стояло высоко тиражное (более 1 млн экземпляров), влиятельное «Русское слово», выходявшее ещё с 1895-го года. Его редактор В. Дорошевич после Февраля потребовал от сотрудников газеты не сбиваться ни влево, ни вправо, т.е. не становиться на сторону ни Временного правительства, ни Советов. Однако, между лозунгом и реальностью, как часто случается, возникают противоречия. В конце марта в редакции создан Особый комитет, который руководил газетой. Комитет объявил «Русское слово» беспартийным изданием, разрешающим себе поддерживать все социалистические партии. Но при этом газета стояла на защите частной собственности, считая Временное правительство гарантом её, единственной законной властью. В передовицах, статьях и фельетонах В. Дорошевича, Тэффи, Б. Веселовского, Туган-Барановского давалась оценка происходящего в стране, предлагались пути выхода из ситуации, звучали призывы к консолидации сил России. Ожесточенной критике подвергалась политика большевиков, позиция Ленина.

При этом, если «Русское слово» старалось по возможности сохранять спокойный тон публикаций, давать как бы только информацию, не комментируя её, за что получила прозвище «фабрики новостей», то материалы «Русской воли» (официально она считалась Сытинской, а фактически принадлежала банкирам Блоху и Шакевичу), более эмоциональные и целенаправленные. Газета критиковала, с одной стороны,

правительство, которое плохо справляется с ситуацией, а с другой – большевиков, из-за которых происходят все беды: называла их «ослушниками народа и демократии», «изменниками народному делу», «врагами революции. По мнению издания, их необходимо «остановить, во чтобы то ни стало», даже с применением силы: «проявить власть» и «подчинить своей воле разбушевавшуюся мутную стихию».

«Русская воля» постоянно подчеркивала, что «сами по себе большевики не представляют серьезной силы», это «ничтожная кучка людей», которая по воле случая, из-за «обстановки» приобрела свое влияние на массы. Большевики обвинялись в связях с немцами, их деятельность, по мнению газеты, прежде всего, направлена на отвлечение сил русского правительства от наступления на фронте. Экспрессивные высказывания характерны для многих статей «Русской воли» – происходящее оценивается как «злодеяние», «преступление», газета призывает читателей: «Мужайтесь, граждане!», «Долой интернационал!», предупреждает – «Родина в опасности!» Резко отрицательную оценку на страницах газеты получило и выступление Корнилова.

Среди партийной печати по-прежнему пользовалась влиянием в массах, особенно у интеллигенции, кадетская печать, хотя, как и сама партия, её пресса заметно увядала. До Февраля кадеты из всех сил старались спасти монархию, когда это им не удалось, на VII съезде провозгласили: «Россия должна быть демократической и парламентской республикой». Центральный печатный орган кадетов – газета «Речь», во главе которой стоял П.Н.Миллюков, после падения самодержавия практически не изменилась – в ней остались те же рубрики: «Известия за день», «По России», «Печать». Кроме этого, у партии имелись петроградская газета «Современное слово», московские «Русские ведомости», которые многое сделали для повышения популярности кадетов, появились новые газеты «Власть народа», «Война и мир», вновь начал издаваться журнал «Вестник партии народной свободы». Всего в период февраля-октября кадеты располагали 40 изданиями, при этом на позициях кадетов стояла и некоторая часть непартийной периодики.

После Февраля легализовала свою деятельность партия эсеров, ставшая самой многочисленной из социалистических партий – к 1917 году в ее рядах состояло более полумиллиона человек. Она провозгласила себя защитницей крестьянства, но это скорее было декларацией, на практике эсеры ближе были к интеллигенции. Взамен старого рупора, «Революционной России», сыгравшей свою роль в революции 1905 года, в марте 1917 года ЦК эсеров приступил к выпуску в Петрограде ежедневной газеты «Дело народа». В ней участвовали А.Ф. Керенский, В.М. Чернов, А.Р. Гоц, В.М. Зензинов и другие лидеры эсеровского движения. Тираж – более 300 тысяч экземпляров. Газета выходила, как и другие издания эсеров, под девизом: «В борьбе обрешь ты право свое!» Выражая официальную эсеровскую идеологию, издание поддерживало Временное правительство, не исключало возможности со-

дружества с ним, стояло на позициях оборончества, и ожесточенно полемизировало с большевиками. Один из лидеров партии, В. Чернов считал, что большевизм ведет «к политическому самоубийству», политика его «безответственна», «обречена на бесплодие, на голое отрицание, на разрушение». В апреле 1917 года в Петрограде вышла еще одна эсеровская газета – «Воля народа». Она издавалась правыми эсерами, в числе сотрудников: Е. Брешко-Брешковская, В. Миролубов, Б. Савинков. Политическая линия газеты почти не отличалась от «Дела народа». Кроме этих газет, в Петрограде правозэсеровскими являлись «Известия Всероссийского Совета крестьянских депутатов», газеты «Свободная Россия», «Самоуправление». Партия левых эсеров, образовавшаяся в ноябре 17-го, издавала «Знамя труда» (под редакцией М.А. Натансона, М.А. Спиридоновой, Г.Д. Камкова).

Издательскую деятельность вели и другие партии: трудовики, националисты, февралисты-октябристы, максималисты, анархисты. Как писало «Дело народа» (08.07.1917), появились издания и, якобы стоящие вне партий, «многочисленные, разнообразные, рассчитанные на «народные массы», различные социальные вкусы, на различное социальное положение читателей». К ним примыкали и дешевые развлекательные, сенсационные, бульварные издания типа «Копейки», «Маленькой газеты», «Петербургской газеты», «Живого слова», «Петербургского листка», «Вечерней почты» и др. На самом деле их трудно назвать независимыми, ибо они, всё-таки, симпатизировали Временному правительству.

Заметно активизировалась в данный период большевистская пресса. В течение марта у большевиков появилось 16 новых газет. Печать настойчиво пропагандировала лозунг перерастания буржуазно-демократической революции в социалистическую, критиковала социалистические партии за их несогласие с большевиками, обвиняла меньшевиков и эсеров в примиренчестве, соглашательстве с Временным правительством. С точки зрения большевиков, февральская революция решила только ближайшую задачу – свергла царизм, что являлось далеко не полной победой пролетариата. На смену самодержавию пришло Временное правительство, но рядом с ним действовали Советы рабочих, солдатских и крестьянских депутатов. В стране одновременно существовали две власти, соперничая между собой. Меньшевики и эсеры захватили руководство в Советах, превратив их, по существу, в придаток Временного правительства. Большевики поставили задачу добиться перехода всей власти к Советам, иметь в них большинство.

Приехав из Швейцарии 3 (16) апреля 1917 года, и, как писали «Известия Петроградского Совета рабочих и солдатских депутатов» (№ 32), восторженно встреченный в Петрограде Ленин, сразу же взялся за продолжение революции, и, прежде всего, вошел в руководство редакции «Правды», раскритиковал позицию газеты, возложив вину на Каменева, как более авторитетного и теоретически подкованного партийца. На

заседании большевистского ЦК Сталин присоединился к критике Каменева, и в ответ на удивленное замечание последнего, что «мы, кажется, вместе работали», заявил, что, дескать, сила в том, чтобы вовремя исправлять ошибки, а благородство – в том, чтобы не тыкать ими тем, кто их допустил.

Газета берет курс на перерастание буржуазно-демократической революции в социалистическую, провозглашенную Лениным и начинает мощную пропагандистско-агитационную кампанию. 7(20) апреля «Правда» опубликовала его Апрельские тезисы.

Апрельские тезисы, как и в целом, программа большевиков, подвергались жесткой критике на страницах «Речи», «Русской воли», «Дела народа», «Единства», «Биржевых ведомостей», «Русского слова», «Утра», других проправительственных изданий. *«Большевизм есть проповедь насильственного, захватного осуществления максимальных требований меньшинства, проповедь диктатуры меньшинства над большинством*

...Класс не может быть признан выше нации, как бы этот класс ни назывался: буржуазией или пролетариатом ... Торжество большевизма представило бы большую опасность для дела только что народившейся свободы», – писали «Биржевые ведомости» (№69). Кроме того, газеты намекали на шпионаж Ленина в пользу Германии, поскольку он смог появиться в России, проехав по территории Германии в опломбированном вагоне. «Правда» полемизировала с этими изданиями, защищала Ленина от нападок. Газета подробно освещала ход апрельской конференции большевиков, состоявшейся 24 апреля в Петрограде, публиковала отчеты о заседаниях, резолюции, которые не только давали читателям представление о содержании докладов и прений, о положении на местах, а и являлись руководством к действию, указывала пути и способы борьбы за единовластие Советов. Знакомство с газетной периодикой весны и лета 1917 года не оставляет сомнений в том, что всё более непримиримыми становились издания большевиков и других социалистических партий. Уже в первом номере возобновившей выход «Правды», как отмечалось выше, содержится требование к Советам и другим демократическим силам не оказывать никакой поддержки Временному правительству, которое продолжает вести войну, не решает назревших социальных проблем.

Ленин, войдя в руководство «Правды» до июльских событий, сам редактировал все ее номера, выступал с руководящими статьями, острыми памфлетами, обзорами и заметками. Статьи вождя большевиков появлялись почти в каждом номере. Он разоблачал действия Временного правительства, давал оценку сложившейся в стране политической ситуации, определял стратегию и тактику партии большевиков в новых исторических условиях. Его выступления указывали пошаговый путь движения к намеченной цели, эмоционально заряжали массы. Будучи непримиримым к инакомыслию, Ленин опубликовал в «Правде»

несколько статей, отражавших его резко отрицательное отношение к действиям меньшевиков и эсеров и выступлениям их газет. В апреле 1917 года появились его статьи «Один из коренных вопросов», «Церетели и классовая борьба», ряд других, в которых констатировалось, что политика эсеров и меньшевиков представляет собой политику прислужничества буржуазии. Плеханова и его сторонников называл «социал-шовинистами», обвиняя в отступничестве от идей революции и смыкании с кадетами. Всего по разным вопросам Ленин опубликовал в апреле-октябре в «Правде» более 150 материалов. В штате газеты состояло всего 7 человек, но газета имела разветвленную сеть нештатных авторов. Плодотворно работали здесь Крупская, Ольминский, Еремеев, Бедный и другие.

...Листаем «Правду» тех дней. Апрель. Май. Июнь. Начало июля... Пожелтевшие страницы воспроизводят бурное революционное кипение в России. Первый Всероссийский съезд Советов. Массовая 500-тысячная демонстрация 13 июня (1 июля) с большевистскими лозунгами: «Долой десять министров-капиталистов!», «Вся власть Советам!», «Пора кончать войну!». Гневный всенародный протест против начатого Временным правительством и вскоре провалившегося наступления на фронте. 3(18) июля в Петрограде начались демонстрации, принявшие грандиозный размах. Большевики, хотя первоначально противились, тем не менее, возглавили их. Временное правительство двинуло против демонстрантов отряды преданных ему офицеров и юнкеров. Полилась кровь. 5 (18) июля в очередном номере «Правды» содержался рассказ об июльских событиях в Петрограде. Не успели печатники отпечатать тираж, как в помещение типографии ворвался отряд юнкеров. Редакцию разгромили, арестовали сотрудников. Но «Правда» не была побеждена. На следующий день большевикам удалось выпустить двух страничный «Листок «Правды»: обращение ЦК РСДРП(б), статьи, написанные Лениным, разоблачали заговор контрреволюционных сил, и в то же время призывали к спокойствию и выдержке.

В тот же день Временное правительство закрывает газету. 23 июля (5 августа) функции ЦО партии выполняет преемник «Правды» – «Рабочий и солдат». Выпущено 16 номеров. Газета закрыта 10(23) августа. 13(26) августа появился «Пролетарий» (свет увидело 10 номеров). 25 августа (7 сентября) начал издаваться «Рабочий» (12 номеров), запрещен 2(15) сентября. На следующий день появился «Рабочий путь». Издано 46 номеров. Газета публикует ленинские статьи «О компромиссах», «Русская революция и гражданская война», «О героях подлога», «Задачи революции», «Кризис назрел», «Письмо к товарищам».

Каждая статья, напечатанная в этих изданиях, – своего рода указания революционерам, что конкретно нужно делать в данный момент. Газеты вселяли в среду рабочего класса и трудового крестьянства, революционно настроенных солдат и матросов уверенность в том, что в решающей схватке с буржуазным Временным правительством победа

будет за ними. И добились своего в Октябре 17-ого, одержав победу не только над Временным правительством, но и над меньшевиками, которые были наиболее яркими противниками большевиков внутри рабочего движения. Более подробно о роли «Правды» в подготовке Октября я писал в монографии «Власть и журналистика», М., 2015.

В начале марта 1917 года меньшевики также развернули активную издательскую деятельность: в центре и на местах выпускали около 60 газет и журналов. 7 марта в Петрограде вышла «Рабочая газета», представлявшая взгляды меньшевиков и ставшая рупором их лидеров: П. Аксельрода, Ф. Дана, В. Засулич, А. Потресова и других. Позже «Рабочая газета» стала Центральным органом меньшевиков, одной из первых начала полемику с апрельскими тезисами Ленина, утверждая, что социалистическая революция невозможна в стране, где пролетариат не составляет большинства населения.

В Февральскую революцию, замечает Р. Овсепян, меньшевики вступили заметно разобщенными. «Рабочая газета» отражала взгляды лишь одной партийной группы. Небольшая группа меньшевиков-оборонцев во главе с Плехановым стояли на правом фланге меньшевизма: эта группа получила название «Единство» и издавала газету под таким же названием. В редакцию газеты «Единство» входили Плеханов, Г. Алексинский, Л. Дейч и другие известные меньшевистские деятели. Газета выступала за поддержку Временного правительства, за союз с буржуазией, настаивала на установлении в стране «твердой власти». В газетах «Единство» и «Наше единство» были опубликованы статьи Плеханова, объединенные затем в цикл «Год на родине» – в нем Плеханов утверждал, что пролетариат и крестьянство не готовы к управлению государством, а потому не должны брать власть.

В апреле 1917 года появилось издание еще одной группы – сторонников Мартова и меньшевиков-интернационалистов. К ним примкнули писатели, сотрудничавшие в журнале «Летопись». В этой газете, получившей названием «Новая жизнь», участвовали М. Горький, Н. Суханов, В. Базаров и другие. После июльских событий у меньшевиков появились журналы: «Рабочая мысль» (Петроград), «Мысль» (Астрахань) и другие. В Москве выходили бюллетени московского комитета всероссийской организации «Единство», которые носили название «Освобождение труда».

Февральская революция несколько объединила устремления большей части социалистических партий России, побудила их к совместным действиям за утверждение демократического строя. В социалистической журналистике после июльских событий 1917 г. проявились и некоторые новые тенденции, связанные с объединением усилий против реальных проявлений контрреволюции, против актов, которые могли повлечь наступление на демократию. Так, в 1917 г. в Москве стал выходить «Бюллетень социалистической печати». Издавался он совместно редакциями газет «Известия Советов рабочих депутатов»

(меньшевистский орган), «Солдат-гражданин» (эсеро-меньшевистская газета), «Труд» (эсеровский орган), «Вперед» (меньшевистское издание), «Социал-демократ» (большевистская газета). Главное назначение «Бюллетеня» – объединение усилий в борьбе с корниловским мятежом, освещение хода его ликвидации. В выступлениях «Бюллетеня» находили отражение и противоречия внутри социалистического движения, высказывалось критическое мнение эсеров и меньшевиков к политике, проводимой большевиками по отношению к Временному правительству.

Подтверждением тезиса о попытке объединить силы социалистов может служить и «Забайкальский рабочий», возобновившей выход в марте 17-го в Чите. В течение всего периода до Октябрьской революции и нескольких месяцев после ее свершения – до начала 1918 года – в состав редакции входили эсеры, меньшевики, кадеты, а также большевики. Вначале газета издавалась Комитетом объединенных организаций РСДРП. После выхода большевиков из редакции газета призывала к поиску путей согласия между всеми представителями социалистических партий. В августе 17-го «Забайкальский рабочий» перешел в руки «интернационалистов» и продолжал активно выступать против нежелания большевиков считаться с мнением других социалистических партий в вопросах революционной стратегии и тактики.

Более 30 газет и журналов выпускали и анархисты-коммунисты и анархисты-синдикалисты. Первым их изданием явилась газета «Хлеб и воля», выходившая в Женеве в годы первой русской революции, в 1917 году – в Харькове. В Москве издавались в 17-ом «Анархия», «Голос труда», в Киеве – «Свобода внутри нас», в Кронштадте – «Вольный Кронштадт», в Петрограде – журнал «Коммуна». После июльских событий его закрыли, но сменив название на «Свободную коммуну», он уже в сентябре продолжил выход. Вызывала интерес газета «Буревестник». Редакция её несколько раз менялась, что, конечно, неблагоприятно отразилось на ведении дела. Первым редактором «Буревестника» был Гордин, но рабочие скоро стали недовольны несколькими и малопонятными его статьями. Редакция была переизбрана, и во главе её стал писатель Ге. Кого интересует данная проблема, отправляю к книге А.Г. Менделеева «Печать русских анархистов».

С первых дней революции противоборство двух тенденций в социалистическом движении России выражали «Правда» и «Известия Петроградского Совета рабочих и солдатских депутатов». «Известия» резко полемизировали с «Правдой», которая в свою очередь обвиняла редакцию «Известий» в предательстве интересов революции. В августе 1917 года, после образования ЦИКа Советов рабочих и солдатских депутатов «Известия» становятся органом ЦИК и переходят в руки большевиков.

Газетная полемика распространённое явление в периодике того времени, она касалась как различных взглядов партий на дальнейшее

развитие России, так и внутри партийных дискуссий. Ленин писал в своих статьях о грядущей пролетарской революции, которая должна установить власть диктатуры пролетариата, что рабочие и крестьяне будут управлять государством. А. Плеханов, другие социалисты возражали, утверждая, что рабочие и крестьяне в силу разных причин, в том числе из-за неподготовленности и необразованности, еще не готовы к такой миссии. Во многом созвучны с утверждениями Плеханова и рассуждения М. Горького в серии статей «Несвоевременные мысли» в газете «Новая жизнь» в апреле 1917 г. Статьи-размышления Горького представляют собой своеобразную летопись революции: от Февраля к Октябрю. В «Несвоевременных мыслях» утверждалось, что в современных условиях России социалистическая революция преждевременна, гибельна для рабочего класса и передовой интеллигенции. Горький не соглашался с теми, кто путь к возрождению видел в перерастании буржуазно-демократической революции в социалистическую. В этом споре его главный оппонент – В. Ленин. Предметом полемики между большевистскими и другими изданиями были практически все важные политические проблемы: отношение к Временному правительству, к вхождению в него; отношение к Советам («Вся власть Советам!», «Никакой власти Советам!»); отношение к выборам в Учредительное собрание и многое другое.

Современные исследователи (А.А. Антонов-Овсеенко, например) отмечают, что в 1917 году понятия свободы политической деятельности прямо отождествлялись со свободой печатного слова. В целом большинство политических, партийных газет в Петрограде в 1917 году, оказывались не столько органом издающей их партии, не только трибуной для пропаганды и агитации, сколько своего рода олицетворением той или иной партии. Можно сказать, что политическая борьба шла не между партиями, а между соперничающими друг с другом газетами.

Возникновение нового, свободного качества российской печати в 1917 году стало возможным только с появлением условий для формирования нового российского гражданского общества: реальная многопартийность, свобода слова обеспечивала представительство интересов различных социальных слоев населения – от малочисленного слоя крупной буржуазии до широких пролетарских и крестьянских слоев (в отличие от периода до Февральской революции, когда политическая конкуренция имела место на узком поле проправительственных партий и их изданий).

Политические споры велись не только о власти, управлении страной, но и о нравственных ценностях. Наглядно это демонстрируют многочисленные примеры из современных исследований проблем печати рассматриваемого периода. Так, в работе И.А. Ждановой отмечено, что Н.А. Бердяев, обличая радикальных социалистов в журнале «Русская свобода», «обвинял их в «буржуазности», имея в виду кроме борьбы за материальные блага, также «пошлость» и «хамство», которые вносят-

ся в общественную и культурную жизнь массами. Социалистическая пресса, в свою очередь, постоянно обличала «буржуазное» корыстолюбие и стяжание. Демократический идеал социалистов тоже строился на альтруизме. Например, в «Новой жизни» в библиографическом отделе одна из брошюр называлась «вредной» на том основании, что в ней описание демократии содержало «мещанский призыв к обогащению, к труду, порядку». Таким образом, «социалистическая пресса обвиняла в «корыстном» преследовании своих интересов «буржуазию». Либеральная пресса обвиняла в «корыстном» следовании своим интересам рабочих».

Пропаганда и агитация вылилась в массовую июльскую демонстрацию. Большевиков обвинили в попытке свержения Временного правительства. 5 июля была разгромлена редакция «Правды». Этот недемократический акт ознаменовал новый этап развития событий – конец мирного развития революции. К этому добавился корниловский мятеж, имевший цель установить военную диктатуру в России при поддержке стран Антанты. (См. подробнее <http://mediascope.ru/node/1090>)

В дни корниловского мятежа противоречия между социалистическими партиями и их печатью проявились с новой силой. Действия Временного правительства, открывшие, по сути, путь к установлению жесткой власти, к подавлению демократических свобод, заметно поколебали доверие масс. Хотя выжидательная позиция была и не столь продолжительной, ее вполне хватило, чтобы большевики подняли народ на борьбу с корниловщиной и выступили как защитники завоеваний революции. Именно на этой волне шло последующее развитие событий и вера народа в лозунги, выдвигаемые большевиками.

Революция вступила в новый этап. Массы нуждались в разъяснении происходящих событий, в руководстве, нужна была газета, а в результате разгрома и закрытия «Правды» большевики на некоторое время оказались без своего печатного органа. Вскоре вышел «Рабочий», затем «Рабочий путь». В передовой статье первого номера «Рабочего пути» указывалось, что борьба за власть еще более усиливается и обостряется. Газета ставила вопрос о необходимости освобождения трудящихся из-под влияния меньшевиков и эсеров: «Пусть знают рабочие, что в этой борьбе они неминуемо будут терпеть поражение до тех пор, пока эсеры и меньшевики пользуются влиянием в массах... Беспощадная борьба с эсеро-меньшевистским влиянием в массах, неустанная работа по сплочению крестьян и солдат вокруг знамени партии пролетариата – таков урок только что пережитого кризиса». Вскоре «Рабочий путь» сообщает, что вслед за Петроградским на сторону большевиков перешел Московский Совет. Большое место в газете занимали материалы о стачках и забастовках, которые носили упорный характер; на ряде предприятий, где владельцы отказывались удовлетворять требования бастующих, рабочие отстраняли администрацию, арестовывали ее, устанавливали рабочий контроль и брали в свои руки управление про-

изводством. Публикации свидетельствуют об усилении борьбы крестьянских масс.

Начиная с 27 сентября «Рабочий путь» выходит под лозунгом: «Товарищи рабочие, солдаты и крестьяне! Готовьтесь к Всероссийскому Съезду Советов! Немедленно созывайте областные съезды советов!». 30 сентября газета опубликовала обращение ЦК партии «Перед съездом Советов», предупреждавшее о необходимости соблюдать революционную бдительность, выступать против соглашателей, бороться за власть Советов. 7 октября газета публикует статью Ленина «Кризис назрел», призывавшую к немедленной подготовке вооруженного восстания. Стремясь подавить нараставшее вооруженное восстание, Временное правительство решило нанести удар по печати большевиков, и отдало распоряжение о закрытии «Рабочего пути». 24 октября Керенский направил броневики к помещению редакции и типографии, её опечатали, а готовые экземпляры газеты конфисковали. Центральный комитет, узнав о происшествии, принял решение отправить в типографию охрану, позаботиться о своевременном выпуске очередного номера газеты. Революционный отряд очистил помещение, установил у типографии и редакции усиленную охрану. К 11 часам утра «Рабочий путь» вышел с призывом свергнуть Временное правительство. Номер открывала передовица «Что нам нужно?», в которой прямо говорилось о необходимости перехода всей власти в руки Советов. На первой странице номера от 25 октября (7 ноября) лозунг: «Вся власть Советам рабочих, солдат и крестьян! Мира! Хлеба! Земли!». В тот же день, в 10 утра, ВРК обратился с воззванием «К гражданам России!», написанным Лениным. Воззвание напечатано в вечерней газете «Рабочий и солдат» (органа Петроградского Совета).

Итак, журналистика России вступила в Октябрьскую революцию 1917 года как многопартийная, многонациональная, дифференцированная система, имеющая в своей структуре газеты и журналы, рассчитанные практически на все аудитории: имущие классы, массового городского читателя, рабочих, крестьян, интеллигенцию, молодежь, женщин. Разнообразна типологическая картина печати: выходили издания авторитетные, популярные, массовые, ширпотребные, бульварные. Широкий тематический и специализированный охват периодики давал населению материал по самому широкому кругу проблем реальной жизни страны.

За истекшие месяцы после Февраля, провозглашенные свободы благотворно повлияли на периодику, журналистика в целом получила мощный импульс для развития. Но возникает вопрос: почему в равных общественно-политических условиях эффективней сработала большевистская печать, превзошёл соперников рупор большевиков, которые и пришли к власти? И при этом, большевистская печать уступала по количеству изданий и Временному правительству, и другим партиям (в сентябре-октябре большевики имели 76 газет, меньшевики, эсеры,

кадеты и анархисты более 100, столько же и Временное правительство, поддерживающая его буржуазия. Суммарный тираж ежедневных газет, принадлежащих правительству и защищавшим его банковским, монархистским, промышленным и помещичьим группировкам, партиям, противодействующих большевикам, превышал 6 млн экземпляров, (тираж одного «Русского слова» 1 млн), а большевистская печать еле дотягивала до 3 млн. Авторитет большевистской прессы, разрастался как степной пожар вместе с ростом авторитета РСДРП(б). В феврале в рядах большевиков было 24 тысячи членов, в Октябре – 350 тысяч. И это при том, что большинство газет вели яростную пропаганду против большевиков. Вот, к примеру, как писали вроде бы независимые «Петроградские ведомости» о большевистской газете «Окопная правда»: «Все нумера этой глупой, провокационной газеты тупо повторяют одни и те же басни и приевшуюся всем большевистскую ложь, очень удобную для немцев и опасную для России. Весь характер «Окопной правды» таков, как будто она составлена в Берлине». И еще из той же газеты. «Наш большевизм странно соединил в себе дикие, анархические инстинкты с грубой беззастенчивой ложью и прикрыл её иезуитской моралью». («Петроградские ведомости», 5 мая 1917г.).

На июльские события «Петроградские ведомости» откликнулись такой филиппикой: «Тревожные, тоскливые, унижительные дни... Под влиянием германских шпионов, провокаторов предателей и изменников вооружённые банды рабочих, солдат и кронштадтских матросов совершили величайшее преступление пред Родиной и революцией: расстреливали безоружное население, детей, женщин, шли брат на брата и топтали авторитет Исполнит. комитетов, этих полномочных органов революционной демократии». В те же дни кадетская пресса требовала немедленного ареста Ленина и его сообщников, восстановления смертной казни, которая была отменена после Февраля. Под этим напором Временное правительство принимает ряд жестких мер против большевистской печати. «Речь» ликует: «Большевизм умер, так сказать, внезапной смертью» («Речь» 1917.,7 июля).

И как же в такой ситуации пресса большевиков смогла донести до сознания самых широких масс свои идеи и лозунги?

Послушаем Л.Д. Троцкого: «...Разгадка очень проста: лозунги, которые отвечают острой потребности класса и эпохи, создают себе тысячи каналов. Накаленная революционная среда отличается высокой идеепроводностью. Большевистские газеты читались вслух, зачитывались до дыр, важнейшие статьи заучивались, пересказывались, переписывались, а где возможно – перепечатывались. «Типография штаба, – рассказывает Пирейко, – сослужила большую службу делу революции: сколько у нас в типографии было перепечатано отдельных статей из «Правды» и мелких брошюр, очень близких и доступных солдатам! И все это быстро отправлялось на фронт при помощи летучей почты, самокатчиков и мотоциклистов». Одновременно бур-

жуазная печать, бесплатно доставлявшаяся на фронт в миллионах экземпляров, не находила читателя. Тяжелые тюки оставались нераспакованными. Бойкот «патриотической» печати принимал нередко демонстративные формы. Представители 18-й Сибирской дивизии постановили призвать буржуазные партии прекратить присылку литературы, так как она «бесплодно уходит на кипячение котелков с чаем». Совсем иное применение имела большевистская пресса. Оттого коэффициент ее полезного или, если угодно, вредного действия был неизмеримо выше.

Обычное объяснение успехов большевизма сводится к ссылке на «простоту» его лозунгов, шедших навстречу желаниям масс. В этом есть часть правды. Целостность политики большевиков определялась тем, что, в противоположность «демократическим» партиям, они были свободны от невысказанных или полувывысказанных заповедей, сводящихся в последнем счете к ограждению частной собственности. Однако одно это различие не исчерпывает вопроса. Если справа от большевиков стояла «демократия», то слева пытались оттеснить их то анархисты, то максималисты, то левые эсеры. Однако же все эти группы не вышли из состояния бессилия. Отличие большевизма состояло в том, что субъективную цель – защиту интересов народных масс – он подчинил законам революции, как объективно обусловленного процесса. Научное вскрытие этих законов, прежде всего тех, которые управляют движением народных масс, составляло основу большевистской стратегии. В своей борьбе трудящиеся руководствуются не только своими потребностями, но и своим жизненным опытом. Большевизму было абсолютно чуждо аристократическое презрение к самостоятельному опыту масс. Наоборот, большевики из него исходили и на нем строили. В этом было одно из их великих преимуществ. Революции всегда многословны, и от этого закона не ушли и большевики. Но в то время как агитация меньшевиков и эсеров имела рассеянный, противоречивый, чаще всего уклончивый характер, агитация большевиков отличалась продуманностью и сосредоточенностью. Соглашатели отбалтывались от трудностей, большевики шли им навстречу. Постоянный анализ обстановки, проверка лозунгов на фактах, серьезное отношение к противнику, даже малосерьезному, придавали особую силу и убедительность большевистской агитации.

Печать партии не преувеличивала успехов, не искажала соотношения сил, не пыталась брать криком. Школа Ленина была школой революционного реализма. Данные большевистской печати за 1917 год оказываются, в свете документов эпохи и исторической критики, неизмеримо более правдивыми, чем данные всех остальных газет...»(108)

Люди разочаровались во Временном правительстве, как и в других политических партиях, их печатных органах, которые занимались словословием и болтологией. Большевистская же печать предлагала и настойчиво пропагандировала простые и понятные людям лозунги: «

Заводы и фабрики рабочим!», «Землю крестьянам!», «Мир народам!» Пресса стала властителем дум и чаяний народа потому, что авторы брали ответственность не только дать ответы на вызовы времени, но и конкретно указывали, что нужно делать сегодня, завтра и как делать. Популярность большевистской прессы среди самых широких масс, индекс цитируемости ее материалов в обзорах печати других изданий во многом был связан со степенью ее поддержки людьми, с влиятельностью той политической линии, которая проводилась газетами. Это можно проиллюстрировать на примере «Правды», «Рабочего пути». В восьмом номере «Правды» появилась статья «О Советах Рабочих и Солдатских Депутатов». В ней ставилась задача дальнейшего развития революции, указывалась необходимость крепить союз рабочих и крестьян. «Органами этого союза, – писала газета, – и являются Советы Рабочих и Солдатских Депутатов. И чем теснее сплочены эти Советы, чем крепче они организованы, тем действительнее выраженная в них революционная власть революционного народа, тем реальнее гарантии против контрреволюции. Укрепить эти Советы, сделать их повсеместными, связать их между собой во главе с Центральным Советом Рабочих и Солдатских Депутатов, как органом революционной власти народа, – вот в каком направлении должны работать революционные социал-демократы».

В тридцать девятом номере «Правды», в статье «Уроки кризиса», говорится: «Время не ждет. За первым кризисом последуют другие. Все силы отдайте делу просвещения отсталых... Лозунг дня: разьясняйте точнее, яснее, шире линию пролетариата, его путь к окончанию войны. Стройтесь крепче, шире, повсеместно в пролетарские ряды и колонны! Сплачивайтесь вокруг своих Советов, внутри их товарищеским убеждением и перевыбором отдельных членов старайтесь сплотить вокруг себя большинство!»

В статьях «Землю – крестьянам» и «Съезд крестьянских депутатов» «Правда» звала крестьян организоваться в Советы и революционному решать вопросы земли и государственного управления. Накануне июньской демонстрации «Правда» звала на улицу рабочих и солдат. «Приложите все усилия к тому, чтобы наши требования громко прозвучали на всю страну. Нам нужна не просто прогулка. Нам нужен смотр сил. Нам нужна демонстрация, которая помогала бы практическому проведению наших требований в жизнь. Берите дело в собственные руки» («Правда» № 84).

Из номера в номер «Правда» организовывала и направляла силы революции. Рабочие заводов, солдаты воинских частей, Советы разных городов, затем и съезды Советов переходили на сторону большевиков. Страницы газеты заполнены яркими документами, рисующими этот переход. Создавались ревкомы, организовывались отряды Красной гвардии, вооружались рабочие, приводились в боевую готовность большевистские полки и флот. Разоблачались махинации меньшеви-

ков, кадетов и эсеров, которые стремились закрепить в России строй буржуазного парламентаризма.

В канун Октября «Рабочий путь» предлагал: **«Нужно нынешнее самозванное правительство, народом не избранное и перед народом не ответственное, заменить народом признанным правительством, избранным представителями рабочих, солдат и крестьян и ответственным перед этими представителями.»**

Нужно правительство Кишкина-Коновалова заменить правительством Советов Рабочих, Солдатских и Крестьянских Депутатов.

То, что не было сделано в феврале, должно быть сделано теперь.

Таким и только таким путем могут быть завоеваны мир, хлеб, земля, свобода».

7 ноября (25 октября) сорок пятый номер газеты «Рабочий путь» вышел под лозунгом «Вся власть Советам рабочих, солдат и крестьян!» Передовая газеты звала в бой за власть Советов – «Станем все, как один человек, за свободу, мир, хлеб и землю!»

«С Февраля по Октябрь Россия пережила единственный в своем роде опыт, – отмечает известный российский политолог С.Г. Кара-Мурза. – В стране одновременно и без взаимного насилия возникли два типа государственности – буржуазное Временное правительство и Советы. Они означали два разных пути, разных жизнеустройства. И люди в течение долгого времени могли сравнивать оба типа. Через семь месяцев верх взяли те, кто пошел дорогой Октября и советского строя. По сути, никакой революции в Октябре не было, был просто закреплен факт: Временное правительство иссякло, его власть перетекла в Советы». (Кара-Мурза С.Г. Советская цивилизация. От начала до наших дней. М., 2008, с.102.)

Пожалуй, Сергей Кара-Мурза прав. Сам процесс взятия власти в Октябре 17-го оказался практически бескровным, хотя вроде бы совершался «решительный бой». Это явилось неожиданностью для всех, тому есть и объяснение: недовольство властью копилось десятилетиями и за все предшествующее время крови пролито немало, народ устал. Впрочем, 25-27 октября 1917-го революция не закончилась, а, по существу, только-только начиналась. И завершилась она, на мой взгляд, в 1993-м.

Но вернемся к прессе февраля-октября 1917-го. В целом для отечественной журналистики этот период характерен увеличением типологического разнообразия изданий, политического самоопределения печати и осознания своеобразия цели и задач журналистики как особой сферы деятельности. Он имеет и свои особенности: кроме пропаганды и агитации, т.е. идеологического воздействия на массы, это и целенаправленное разделение аудитории на отдельные конкретные части. Это и капитализация издательского дела, ведение периодики как предприятия, бизнеса, способствовавшее укреплению и некоторой независимости изданий от государства. Формируется профессиональная журнали-

стика, на первый план впервые выходят газеты, которые обращаются к самым разным слоям общества, идут процессы дифференциации литературной и публицистической деятельности, на страницах газет появляются новые жанры, отличающиеся от «литературной журналистики» XIX века. Речь идет о репортажах с места событий, интервью, пользовавшихся популярностью в российском обществе и породивших профессию репортера. Деление периодики на общественно-политическую и бульварную – также явление начала XX века. Появляется и особое направление журналистики – модернистов, давших жизнь новому типу журнала-манифеста.

Таким образом, журналистика февраля-октября чутко реагировала на происходящие в российском обществе события, изменяясь в соответствии с запросами читательской аудитории и потребностями властных структур, политических партий и общества. Анализ показывает, что более эффективной оказалась большевистская печать. Она стала своего рода трибуной для обсуждения актуальных вопросов русской жизни, усилила свое воздействие на самые широкие народные массы, стала играть важнейшую роль в формировании общественного мнения. Результат этого – Октябрь 1917-го, свержение Временного правительства. Многие историки называют это Октябрьским переворотом. Это не совсем верно, ибо сразу же после Февраля большевики выступили за продолжение революции, перехода от буржуазной, к социалистической, призывали не признавать Временного правительства, а передать всю полноту власти Советам. Впрочем, на первых порах большевики не протестовали против этого названия, Великая Октябрьская социалистическая революция как термин появился в 10 годовщину Октября. (См.<http://hi-edu.ru/e-books/xbook723/01/part-002.htm>).

Литература:

Беспалова А.Г., Корнилов Е.А., Короченский А.П. История мировой журналистики. Ростов, 2003.

Есин Б.И. История русской журналистики (1703–1917). М., 2000

Кара-Мурза С.Г. Советская цивилизация, От начала до наших дней, М., 2008.

Кузнецов И.В. История отечественной журналистики (1917–2000)М., 2002.

Ленин В.И. ПСС., изд.5., т. 5, с. 11.

Махонина С.Я. История русской журналистики начала XX века. М., 2004.

Овсеян Р.П. История новейшей отечественной журналистики (февраль 1917 – начало90-х годов.)

Суханов Н. Записки о революции. Берлин. 1922-1923. Т.1-7.

Троцкий Л.Д. К истории русской революции. М. 1990,

Черняк А.В. Власть и журналистика. М., 2015.

«Запад» и альтернативные стратегии модернизации

Гранин Ю.Д., доктор философских наук, профессор, ведущий научный сотрудник Института философии РАН; maily-granin@mail.ru

В статье анализируются возможности новых индустриальных стран разных регионов планеты вырабатывать альтернативные западному модернизму стратегии развития. Лучше всего это получается у Китая, Индии и Японии, модернизировавшихся на собственной цивилизационной основе. России пока не удастся создать собственную модель модернизации. Она реализует стратегию «догоняющего развития», поскольку власть и элиты находятся под обаянием либеральных теоретических клише, утратили навыки понимания сложной структуры и значимости социальных функций образования и науки.

Ключевые слова: глобализация, вестернизация, модернизация, наука, образование, цивилизация, экономика.

Вопрос о выработке альтернативных западным стратегий модернизации обсуждается специалистами в контексте проблемы «вестернизации» – доминирующей евроатлантической исторической формы глобализации, к середине прошлого века окончательно разделившей человечество на страны «первого», «второго» и «третьего» мира. Означает ли это, что будущее человечества связано с неизбежной вестернизацией стран мировой периферии и полупериферии? Каковы их шансы «на равных» вписаться, если можно так выразиться, в евро-атлантический глобальный контекст и многие ли из них в обозримом будущем останутся на политической карте мира? И удастся ли тем, кто останется, выработать собственные – национальные – формы стратегий развития и какие именно?

Точный ответ на эти вопросы, разумеется, даст будущее. Но уже сейчас очевидно: многообразие вариантов ответов на сформулированные проблемы в современных научных изысканиях зависят, в частности, от предпосланных им парадигм исследования современного мира. Так, например, интеллектуалы из Азии, Африки, но прежде всего – из Латинской Америки, подвергли сомнению положение большинства теорий модернизации о том, что «неразвитые» страны повторяют путь, который уже прошли нынешние развитые государства. Дело в том, что многие латиноамериканские страны обрели независимость еще в начале-середине XIX века и с тех пор неоднократно предпринимали попытки модернизации. Однако им и близко не удалось приблизиться к экономикам стран Западной Европы и США. Причины такого поло-

жения дел были глубоко проанализированы в неомарксистских концепциях «периферийного капитализма» Р. Пребиша, «зависимого развития» (депендетизма) П. Бэрна, С. Фуртадо, Ф. Кардозу, концепции «развития недоразвития» А.Г. Франка и «неэквивалентного обмена» А. Эммануэля.

В свою очередь теоретики модернистского подхода предпочитают оперировать макроисторическими категориями, выстраивая проекции исторического развития по линиям «аграрное – индустриальное – постиндустриальное общества» или «досовременное состояние – эпоха (общество) модернити – эпоха постмодернити (постсовременность)». За рубежом приверженцами модернистского подхода являются Д. Белл, Э. Гидденс, П. Дракер, С. Крук, С. Лэш, а в России – В.Л. Иноземцев, А. Караганов и ряд других авторов. Их объединяет одна очень простая и фатальная мысль – не смотря на использование евроатлантической модели развития (западного модернизма), шансов догнать и перегнать Запад у «всего остального мира» в обозримом будущем нет. Думаю, это спорное утверждение.

Прежде всего, следует помнить о нелинейности развития человеческой истории, о том, что уходя в глубину веков, глобализация осуществлялась в сложной диалектике исторических форм – в череде многих попыток объединения человечества на основе разных конкурирующих между собой цивилизационных моделей развития. С конца XVIII века доминирующей формой глобализации окончательно стала евроатлантическая модель развития, проводниками которой были крупнейшие колониальные империи Запада. Прочно связав человечество путями транснационального финансового и промышленного капитала, международных союзов и организаций, эта, навязанная многим народам, форма развития уже к началу XX века действительно стала восприниматься большинством в качестве наилучшей, побудив многие страны встать на путь «догоняющей модернизации». Однако начавшаяся со второй половины 1990-х годов «третья волна» глобализации, вместе с тем, показала бесперспективность политики «догоняющей модернизации» и, вызвав к жизни плюрализацию и кризис идентичности во многих незападных странах, в конце концов, дала толчок к выработке их правительствами национальных моделей модернизации.

От того, в каком направлении будут двигаться эти страны, отвечая на «вызов Запада», вырабатывая собственные представления о прогрессе и собственные модели модернизации, зависит грядущее устройство мира. И совсем не исключено, что полюс исторического доминирования сместится в сторону нынешней мировой «полупериферии» – стран с иной – незападной – цивилизационной идентичностью. Определенные предпосылки для этого есть.

Многие исследователи связывают перспективы государств полупериферии с паллиативными мерами: со стратегией концентрации ресурсов на передовых направлениях НТП, либо с формированием «правовой базы» глобализации для установления действительного равноправия всех участников глобализационного процесса или, например, сокращением потребностей стран-лидеров в дешевой рабочей силе. Последние два предложения имеют утопический характер. Зато вполне реальны стратегии развития, связанные с отказом слепо следовать рекомендациям МВФ, ВТО и других институтов международного неолиберализма. Взамен которых предлагается признание приоритета национальных интересов, реформирование экономики, опирающееся не только на заимствованные у Запада формы экономической и политической жизни, но, главным образом, на собственные социокультурные и политические традиции и ресурсы. Ключевым моментом таких национальных стратегий является мера сочетания этих – западных и национальных – форм модернизации. Варианты здесь могут быть самыми разными: от весьма высокого уровня вестернизации нескольких сфер жизни государства, до незначительного, охватывающего, главным образом, экономическую сферу.

Пример первого варианта развития дала Япония, заимствовавшая западные экономические и политические стандарты без потери цивилизационной идентичности: не меняясь социокультурно, японцы провели технологическую революцию. По этому же пути пошли новые индустриальные страны Юго-Восточной Азии. Их успехи в долгосрочной перспективе оказались не столь значительны в сравнении с Китаем, успех которого был особенно впечатляющ.

Китай занялся освоением хозяйственных и технологических систем Запада, кардинально не меняя системы социальных и политических ценностей. По мнению некоторых учёных, КНР даёт образец развития на основе собственной, а не западной рациональности: «В этой рациональности политический класс и особенно бюрократия – не просто носители функций, а прежде всего патриоты. Рациональное здесь – не декартовское, а конфуцианское. На это же обстоятельство указывает известный китайский ученый, автор программы «конфуцианского мегапроекта» Ту Вэймин: «Успехи конфуцианской Восточной Азии, которая добилась практически полной модернизации и при этом избежала абсолютной вестернизации, ясно показывают, что модернизация допускает разные культурные формы».

Китайское руководство, как и китайские учёные, исходят из того, что современная (евроатлантическая) форма глобализации является объективным процессом. Но подходят они к ней так, чтобы извлечь из неё максимум выгод для страны, ограничив одновременно возможные

отрицательные последствия, связанные с данным процессом. Для этого начиная с 2001 по 2010 год Центром исследования модернизации и Группой исследования стратегий модернизации Китая, специалистами, работающими в Китайской академии наук (директор Центра и руководитель группы – профессор Хэ Чуаньци) были подготовлены 10 ежегодных докладов о модернизации. Каждый из них содержал анализ одного из ключевых аспектов модернизации и одновременно – характеристику общего ее состояния в мире и Китае на соответствующий год.

Поражает не только огромный объем системной работы, но и объективность исследования: разделив модернизацию на «первичную» и «вторичную», разработав «индексы развития» и проанализировав в соответствии с ними 131 страну, они включили Китай лишь в число «предварительно-развитых» стран, которые достигнут уровня «средне-развитых» государств (таких, например, как Россия) лишь к 2040 году. Но учитывая темпы роста, китайский прагматизм и многолетнюю продуманную внешнюю и внутреннюю политику Китая эти цифры должны быть скорректированы в сторону значительного уменьшения.

Китайское руководство настойчиво добивалось приёма в ВТО, но с такой же настойчивостью оно отстаивало в ходе обсуждения условий приёма собственные интересы. Некоторые уступки (снижение тарифов на высокотехнологичную продукцию из США и др.) были сделаны лишь на словах, чтобы добиться результата на переговорах. В стратегическом же плане сохраняется политика протекционизма, особенно в отношении сельского хозяйства и зарождающихся отраслей промышленности. С другой стороны, китайцы обнаружили, что некоторые меры ВТО могут быть обращены в орудие для самозащиты (использование антидемпинговых законов, повышение контроля над качеством импортных товаров и др.).

В 2010 году Национальный научный фонд США опубликовал подробную статистическую сводку по глобальной динамике научно-технического развития за 1995–2009 гг.: быстрее всего наука развивается в Китае, который уже сравнялся с США по количеству научных работников. С тех пор ситуация не изменилась. В Западной Европе и США продолжается умеренный рост, а в России основные показатели научно-технического развития не растут, а снижаются. Как пишут исследователи, китайские лидеры, признавая необходимость углубления интеграции с международной экономикой, стремились управлять этим процессом по собственным правилам, для того чтобы извлечь максимальную прибыль и до минимума сократить свою уязвимость. В результате такой национально ориентированной позиции в страну хлынул поток прямых иностранных инвестиций (ПИИ) такой силы, что теперь Китай по уровню ПИИ занимает второе место после США.

Секрет успеха кроется в сохранении роли государства в экономике, которая особенно возрастает в современных условиях, характеризующихся нестабильностью финансового капитала и колебаниями ми-

ровых рынков. Показательно, что азиатский кризис 1997–1998 гг. не затронул Китай, хотя страна экономически связана со странами Юго-Восточной Азии, оказавшимися в кризисе. Произошло это потому, что финансовый сектор в КНР не был либерализован. В результате оказалось, что лидеры модернизации – «азиатские тигры» – стали менее привлекательными партнёрами для мировых транснациональных компаний (ТНК), а Китай, напротив, стал более интересен для них вследствие своей недостаточно глубокой интеграции в глобализацию финансов. Целью мировых ТНК при проникновении в Китай является быстрая прибыль, они заинтересованы в стабильном правительстве, благодаря которому в стране взят курс на китаизацию продукции, что в свою очередь обеспечивает лучший сбыт и большую прибыль. В результате китайские филиалы ТНК становятся «патриотичными» в своей стратегии, чем вряд ли могут похвалиться другие страны полупериферии.

Деятельность ТНК на китайской территории относительно свободна от государственного регулирования, особенно в особых экономических зонах – Шанхае и Тяньцзине. Причём коммунистическое государство часто оказывается союзником не своих граждан, а ТНК в решении трудовых конфликтов. В Китае усиливается поляризация общества, а либерализация торговли не проходит бесследно для внутренних производителей. Вместе с тем, у Китая в отношении ПИИ есть то преимущество, что приходящий в страну иностранный капитал на треть является вложениями китайцев, проживающих за рубежом. В России, как известно, ситуация прямо противоположная, и именно из-за слабости государственного регулирования. Если руководство КНР пошло на сочетание различных форм собственности, то в России бывшая номенклатура сосредоточила усилия на экспроприации собственности. В 1990-е у нас слепо копировали рекомендации МВФ, впав в либеральный догматизм, а успех китайских реформ связан с их постепенностью и сохранением контроля над экономикой. Помимо привлечения мировых ТНК инструментами транснационального хозяйствования в КНР выступают государственные ТНК, экспорт капитала и рабочей силы, что в комплексе способствовало резкому усилению активности Китая на международной арене.

Ещё одно преимущество китайской стратегии модернизации, которого нет у России, заключается в том, что при успешном развитии рыночной экономики, рыночные ценности не могут доминировать здесь над остальными сферами жизни, прежде всего, социальной и культурной. В результате создаётся успешный и перспективный баланс, стимулирующий стабильное развитие. Как пишет Ань Вэй, «гражданское право гарантирует эффективность рынка, а государственное административное право гарантирует социальную справедливость».

В отличие от прежних стратегов российских реформ 1990-х годов, китайские руководители сделали акцент на доминирование обществен-

ного сектора, государственное финансирование НИОКР, социальную политику и инвестиции в человеческий потенциал. Этот стратегический выбор привёл к небывалым темпам роста экономики, совершенно отличным от спада, пережитого Россией, где безразлично относились и к науке, и к человеческому потенциалу, несмотря на проводившиеся исследования в РАН. Видимо, всё дело в выборе правильной стратегии: китайские руководители и представители интеллигенции правильно решили для себя проблему соотношения современной (в значительной степени скроенной по американским лекалам) глобализации и патриотизма – на основе приоритета национальных интересов. «Целенаправленный акцент на патриотизм, чувство национального достоинства, подкрепляемый всё более очевидными успехами страны в социально-экономическом развитии, превращается в одну из центральных идей общественной жизни».

Показательно, что патриотические настроения являются в КНР не предметом споров, как в России, а составляют консенсус элиты и массы. Это особенно наглядно выступает при анализе высказываний китайских политиков и интеллектуалов. Большинство из них, повторю, считают глобализацию объективной исторической тенденцией и рассматривают её как новую стадию процесса модернизации. Которая, как считают китайцы, может быть осуществлена только на основе национального единства страны. По мнению китайских учёных западная теория гуманитарных интервенций и ограниченного суверенитета, которая стала идеологической основой для вмешательства в дела Югославии, Афганистана, Ирака и др., используется правящими кругами западных стран для осуществления гегемонистской политики.

Не смотря на то, что в 2013-2016 годах темпы роста китайской экономики снизились, она продолжала оставаться в первой тройке быстрорастущих экономик Азии. По данным агентства Bloomberg, в 2016 году экономический рост в Китае останется в пределах 7%. Не случайно в конце 2015 года Директор Международного валютного фонда (МВФ) Кристин Лагард и два десятка членов исполнительного совета фонда на заседании в Вашингтоне включили большинством голосов китайский юань в корзину ключевых международных валют, на основе которой рассчитывается стоимость специальных прав заимствования (SDR) МВФ. Таким образом, юань примкнул к престижному клубу доллара США, евро, иены и фунта стерлингов, которые образуют искусственное резервное и платежное средство, созданное МВФ в 1969 году. Кроме того, правительство планирует активно стимулировать экспорт китайского капитала за рубеж в форме ПИИ – объем китайских ПИИ в следующие 10 лет может достичь 1,25 трлн долл.

В 2015-2016 годах были осуществлены государственные программы инвестиций в инфраструктуру, запущенные еще в 2014-м. Было одобрено строительство 16 железных дорог и 5 аэропортов с общим объемом финансирования более 110 млрд долларов. Кроме того, рассматривают-

ся еще более 50 проектов для привлечения частных инвестиций общим объемом около 160 млрд долл. При их осуществлении предполагается отработать систему государственно-частного партнерства.

Правда, в последние два года Китай постепенно идет по пути дерегулирования экономики – взят курс на допуск частного китайского капитала в отдельные сегменты экономики, прежде всего, в отрасли, монополизированные госкорпорациями. Сохраняют актуальность увеличение производства высокотехнологичных товаров, увеличение доли таких товаров в общем объеме китайского экспорта. В этих условиях Китай пытается компенсировать «недобор» темпов, а также усилить позиции своей высокотехнологичной продукции расширением экспорта капитала, в т.ч. в рамках стратегии экономического пояса «Шелкового пути». Ее реализация предполагает создание транспортных коридоров от Тихого до Атлантического океана на основе китайских технологий в области строительства скоростных железных дорог и инфраструктурных инвестиций. Китай, через разные источники – региональные банки развития, региональные фонды инфраструктурных инвестиций и др., предоставляет странам-получателям льготные кредиты на строительство ж/д магистралей при условии использования китайских технологий и поставок продукции китайских промпредприятий в страну осуществления проекта. При этом используются меры поддержки экспорта - страхование, льготное кредитование и т.д.

Предполагается, что вслед за китайскими железными дорогами в страну-получателя придет китайский бизнес. В 2015 г. на продвижение Шелкового пути были направлены основные усилия китайского правительства во внешней политике. Географический приоритет мегастратегии на первом этапе реализации – страны Центральной Азии, далее Восточная, Центральная и Западная Европа. Соответствующее предложение было сделано и России – проект строительства высокоскоростной магистрали «Москва-Казань», а также участие китайских компаний в создании транспортного коридора «Владивосток-Москва». Планируется активное вовлечение в строительство экономического пояса китайского малого и среднего бизнеса.

Индия также является страной, способной создать альтернативную модель модернизации на собственной цивилизационной основе. После завоевания независимости правительство Индийского Национального Конгресса провозгласило курс на ускоренный экономический рост с минимальной внешней помощью. Однако влияние принципов общества потребления привело в 1980-е гг. к отказу от регулирующей системы над импортом, от ограничений на деятельность ТНК и приток иностранного капитала. Однако индийские лидеры того времени, в отличие от китайских руководителей, усмотрели в привлечении зарубежного капитала источник экономического роста, в то время как в Китае само развитие экономики вследствие политики регулируемого государством рынка привлекало этот капитал. В результате в 1980-1990-е

гг. уровень экономического развития Индии мало изменился. ПИИ не оправдали доверия, и рост потребления предметов роскоши не повлёк за собой экономического прогресса. Стране всё ещё трудно справляться с проблемой массовой нищеты, висящей тяжёлым грузом на экономике. Меры по либерализации финансовой системы в 1990-е годы лишь усугубили положение, причём не только нищих, но и бедных (например, лиц с небольшими вкладами).

В то же время, экспансия евроатлантического глобализма не принесла Индии и серьёзных потрясений, имевших место в Юго-Восточной Азии и Латинской Америке. Это явилось следствием того, что в индийском обществе сохранялось общее мнение о необходимости самостоятельного развития в соответствии с национальными интересами страны. Глобализация не рассматривалась как односторонний процесс «вестернизации», и считалось, что страна может выбирать собственную стратегию развития. В Индии существовало и существует согласие между основными политическими силами по ключевым вопросам развития и участия в глобализации. Индийские реформы не изменили ориентации на защиту внутреннего рынка. В результате позиции национального капитала продолжали укрепляться. Приватизация части государственного сектора оказалась более успешной и эффективной, чем в России. Реформы шли без скачков и разрушений, что выгодно отличало их от российских реформ. Правда, доля страны в международной торговле продолжала неуклонно снижаться, роль ПИИ оставалась незначительной. Упор делался на развитии внутреннего рынка. Это была вовсе не политика автаркии, но разумное сосредоточение на собственных проблемах. В результате ряд из них удавалось успешно решать.

Не случайно, что в первое десятилетие XXI века экономика Индии демонстрировала темпы роста, сопоставимые с китайскими. Достигнув на короткое время в 2009 г. показателей Китая в 9,1 %, Индия с тех пор явно замедлила развитие. В 2010 г. темпы роста снизились до 8,8%, в 2011 – до 7,1 %, в 2012 г. рост составил 6,9 %. Индия не только не сумела обогнать по этому показателю Китай, она последовательно отставала от него на 1–2 %. Правда, обрушение мировых фондовых рынков и падение цен на углеводороды в январе 2016 года, особенно негативно сказавшихся на экономике Китая, почти не затронуло Индию. По данным исследования международного рейтингового агентства Moody's, в 2015-2016 темпы роста ее экономики составят 7-7,5 % и это будет самый высокий рост экономики среди G20. Но учитывая, что по показателям на душу населения КНР превосходит Индию более чем в два раза, возможные темпы роста следует воспринимать со сдержанным оптимизмом.

Нельзя сказать, что внятная альтернативная национальная стратегия уже сложилась в Индии, но все предпосылки к этому имеются. Это пёстрое в культурном отношении общество способно инкорпорировать в свой состав различные культурно-идеологические конструкты, сохра-

няя при этом своё своеобразие. У Индии, как у богатой и древней цивилизации, есть потенциал и для культурной эмиссии, и для выработки альтернативных структур современности.

Опыт выработки национально-региональной стратегии модернизации у стран Юго-Восточной Азии принадлежит скорее прошлому, чем будущему. Успех «азиатских тигров» в 1980-е годы был связан как раз с использованием их национально-культурных особенностей при проведении политики модернизации и открытости. Но неверной оказалась сама стратегическая линия – поиск удачного места в глобальной экономике вместо приоритетов национального экономического развития. И очередной шторм в океане мирового капитала смыл достижения этих стран. В результате глобализированные экономики стран ЮВА оказались в зависимости от капризов глобальной финансовой системы и утратили свой национальный суверенитет. Разразившийся кризис стал полной неожиданностью. И если западные инвесторы сумели выйти из него с небольшими потерями, то в самих этих странах он привёл к массовой безработице, остановке производства, падению уровня жизни. Диктатуры сначала Маркоса, а затем и Сухарто были свергнуты, власть тайских генералов ограничена, а Чон Ду Хван и Ро Дэ У оказались под судом.

Что же касается Латинской Америки, здесь мы пока наблюдаем лишь робкие попытки выработки альтернативной западной континентальной стратегии модернизации. Народные массы в этих странах всегда отличались революционностью, а элиты ориентировались на интересы США, а не на собственные национальные интересы. Правда, в 1950-1970 годы, когда во многих странах Южной Америки пришли к власти откровенно авторитарные политические режимы, получившие название «авторитаризмов развития», они обеспечивали – как экономическими, так и административными методами – существенное увеличение доли капиталовложений в ВВП, в том числе и за счет богатых слоев общества. Они проводили политику, направленную и на технологическую модернизацию существующей промышленности, и на создание принципиально новых для страны отраслей хозяйства, обеспечивали условия для подготовки новой рабочей силы, создавали национальные системы образования и научных исследований. При этом «авторитаризмы развития» использовали не только репрессии, осуществляя «принуждение к прогрессу». Они опирались на идеологию, обеспечивавшую общественный консенсус: общество, или, по крайней мере, его наиболее активная часть, соглашалось обменять политические свободы на рост материального благосостояния и расширение возможностей вертикальной социальной мобильности. Другими словами, «авторитаризм развития», с одной стороны, отбраковывал неспособную к новой работе часть населения, а с другой, – открывал перспективы, в том числе и для выходцев из социальных низов, сделать карьеру честным трудом, благодаря способностям и усердию.

Особенно успешной была Бразилия. Выдвигая планы превращения страны в великую державу, модернизаторы Бразилии в военных мундирах и их единомышленники в гражданских костюмах активно использовали в ходе преобразований мощь государственных предприятий, принимали долгосрочные программы развития разных отраслей и инфраструктуры. Причем смена конкретных лиц у руля власти не отменяла преемственности в выполнении этих программ. Но главное – военно-бюрократический авторитаризм сделал ставку на развитие науки и новых технологий. Чтобы стимулировать технический прогресс и инновации, правительство проводило политику ускоренной амортизации оборудования. Дополнительные инвестиции в инновации освобождались от налогов, частным фирмам предоставлялись также специальные субсидии и кредиты для инновационной деятельности. Именно при военном режиме крупные фирмы стали создавать у себя научно-исследовательские и опытно-конструкторские подразделения. Быстро увеличивалось число научных институтов и центров, которые занимались технологическими разработками и подготовкой кадров специалистов. В стране удалось создать основы аэрокосмической индустрии и ядерную энергетику, разработать уникальную технологию получения моторного топлива из тростника, наладить выпуск отечественной электронно-вычислительной техники.

Однако политические трансформации 1990-х, выразившиеся в либерализации общественно-политического устройства и экономики, привели к череде экономических крахов (Мексика, Бразилия, Перу, Аргентина) явственно свидетельствовавших, что чёткое следование компрадорских элит рецептам МВФ не принесло экономического эффекта. Раскол же между элитами и массой не способствует национальному консенсусу и выработке единой стратегии модернизации. Странам континента предстоит решать задачи восстановления независимости от западных ТНК. Осознание этого объясняет приход к власти в первое десятилетие XXI века левых правительств в Аргентине, Бразилии, Венесуэле, Боливии, Чили. Однако со временем часть из них значительно «поправела» в ходе последних выборов-2015. Однако и они никакой серьезной альтернативы предложить не смогли. Выработка альтернативной стратегии вестернизации и неолиберализму здесь – дело будущего.

Из африканских стран в качестве претендента на собственную стратегию модернизации может рассматриваться только ЮАР – государство в высшей степени открытое западным влияниям. Это касается как белого населения, так и чернокожего и вообще цветного, традиции борьбы которого с апартеидом формировались в основном по западным же стандартам. Однако пока ЮАР отстаёт в плане усвоения методов преуспевания в глобальной экономике. Президент ЮАР Т. Мбеки

выдвинул концепцию «африканского ренессанса», включающую развитие демократии, достижение приемлемых темпов экономического развития, освобождение от бремени долга, борьба со СПИДом, обретение культурного богатства исторического прошлого народов Африки. По существу, это стратегия привлечения западных инвестиций, придания положительного имиджа странам континента, прежде всего ЮАР, традиционно связанной с Западом. Скорее здесь речь идёт не столько о выработке альтернативной стратегии модернизации, сколько об усвоении западных ценностей для решения задач индустриального периода. Безусловно, ЮАР является субрегиональным лидером, и её глобальное значение будет возрастать. Альтернативная африканская концепция развития, конечно, существует, но в настоящее время она слишком слаба и противоречива. По данным (опубликованным 06.01.2016) Всемирного Банка в 2015 году экономический рост в ЮАР составил всего 1,3 %, а в 2016 прогнозируется лишь в размере 1,4 %.

Прочие страны мира скорее приспособляются к евроатлантическому модернизму, чем вырабатывают собственную национальную стратегию. У одних это приспособление получается отчасти успешно – как, например, у аравийских монархий, хотя в полной мере усвоить западные стандарты жизни и выработать собственные геополитические стратегии и национальную модель развития здесь не удастся. Некоторые исследователи видят перспективу в создании треугольника «Россия-Индия-Китай» как союза трёх полиэтнических и поликонфессиональных цивилизаций, государственные интересы которых не обеспечиваются евроатлантической версией глобализации. Все три страны выступают за демократизацию международного порядка, укрепление роли ООН, против расширения НАТО и имеют общего противника в лице исламского фундаментализма и экстремизма. Однако в этой «триаде» как впрочем и в БРИКС и в ШОС, Россия, к сожалению, в обозримом будущем не будет лидировать. По многим причинам. Обозначу лишь некоторые.

Учитывая почти пятикратное превышение над РФ экономики Китая, низкий объем торгового оборота между нашими странами (1,67 % от всей торговли КНР), высокий уровень высшего образования в Китае (в рейтинге 200 университетов стран с развивающейся экономикой Россия находится на 4 месте, уступая не только Китаю, но Индии – 39 и 16 университетов соответственно против российских 15), огромные (более 3 трл) золотовалютные резервы КНР, можно утверждать, что уже сейчас структура БРИКС выстраивается вокруг Китая, который станет, по сути, китайским проектом. А Россия в нем будет занимать положение «младшего брата».

Кроме того, все члены БРИКС за исключением России являются импортерами энергоресурсов, то есть потенциальными рынками сбыта

для российского сырья. В результате, как и с Западом, сотрудничество через БРИКС не увеличивает вес страны в мировой политике, а ведет к еще большей сырьевизации экономики и увеличению поставок сырья странам, куда потенциально могла быть направлена продукция обрабатывающей промышленности. «Даже инвестиции Нового банка развития БРИКС в Россию будут привлечены на проекты по разведке и добыче углеводородного сырья на шельфе и суше согласно сообщению Минприроды России. Директор департамента Европы и Центральной Азии МИД КНР Гуй Цунью заявил, что освоение нефти и газа на территории России – одно из приоритетных направлений для Китая».

Но важно другое. В отличие от Китая, разработавшего стратегию модернизации еще 15 лет назад, у нас только в 2010 году была создана Комиссия по модернизации при президенте РФ. Уже тогда многие заметили, что модернизация истолковывается правительством прежде всего в технологическом ключе, а по мнению некоторых, когда-то влиятельных, аналитиков провозглашенная политика модернизации в действительности есть ни что иное как «прогрессизм» – инструментальный ответ на геополитические вызовы без четко обозначенной цели, позволяющей власти инициировать политику «чрезвычайщины» и позиционировать себя в качестве «инновационной». С тех пор критика правительства со стороны оппозиционных партий только усиливалась, достигнув пика на выборах в Госдуму осенью 2016 года.

Если сбросить со счетов неизбежный в таких случаях популизм, в «сухом остатке» окажется массовое недовольство «либеральным курсом» правительства, его экспертов и консультантов. И основания для этого наблюдения есть. Думаю, большинство из тех, кто принимает финансово-экономические решения, находятся под обаянием либеральных теоретических клише, опирающихся на парадигму одновекторного «линейного прогресса». Помимо неизбежных упрощений, блокирующих доступ исследователей к российским реалиям, эта теоретическая оптика чревата синдромом постоянного реформаторства, основанного на стремлении насильственного уподобления России странам «идеального Запада», опыт которых надо заимствовать.

Но «догнать и перегнать» Запад не получается. В силу цивилизационных особенностей, экзогенного характера модернизации и ее регулярных срывов в нашей стране продолжают сохраняться элементы социальной архаики: социально-психологические архетипы общественного сознания и поведения, выражающиеся в произволе чиновников, социальной практике чиновных «кормлений», лишении домовладельцев земли, скупке богатыми земель вместе с населяющими их людьми, ставке на силу и привилегии. Вместе с появлением «власти-собственности» (свободной конвертации власти в деньги и собственность и обратно) эти и некоторые другие виды социальной практики, показывают исследователи, взаимосвязаны и несовместимы с индустриальным характером развития РФ. «Вероятно, – замечает Александр Шубин,

– наши правители осознают, что по мере смещения страны в «третий мир» она деградирует социально. Соответственно, задача перехода к модернизации может читаться как надежда переломить тенденцию деградации, развернуть вектор движения страны от регресса к возвращению на путь современного прогресса».

Быть может. Но дело не только в «правителях». Следует взглянуть правде в глаза и признать, что огромная по масштабам и сложнейшая по структуре научно-техническая система России, непрерывно создававшаяся на протяжении 300 лет, уже более двух десятилетий остается почти без средств развития и без социальной поддержки. И это закономерно в обществе, которое переживает культурный кризис, где сформированное ранее научное мировоззрение и рациональное мышление целенаправленно заменяется СМИ мифами самого разного толка и лженаукой. Итогом стало изменение системы координат массового сознания, в иерархии ценностей которого наука оказалась в самом низу пирамиды. Не случайно протесты ученых против поспешной «реформы» РАН не были поддержаны не только народом, но и вузовскими преподавателями. О политических и иных «элитах» даже не хочется говорить: они утратили навыки понимания сложной структуры и значимости социальных функций науки. Не смотря на то, что начиная с нулевых годов, Академия наук, разные бизнес-сообщества, многочисленные специалисты пишут программы по индустриализации, деофшоризации, по развитию конкурентных несырьевых производств и по многим другим направлениям реформирования «экономики трубы», фактически ничего из предложенного сделано не было. Зато чиновники лихо занялись «оптимизацией» науки и образования – сокращением их финансирования. Если в Китае инвестиции в науку и образование в последние годы растут примерно на 20% ежегодно, что позволило ему по числу ученых сравняться с США (примерно 1,5 млн человек), то у нас наблюдается отрицательная динамика: в 1995 году в России было около 600 тыс. научных работников, а сейчас осталось лишь около 450 тыс. Согласно прогнозам, в результате бюджетной оптимизации без работы к 2019 году останутся 10,3 тыс. научных сотрудников вузов, РАН и Курчатовского института. В Китае каждый год число учёных возрастает почти на 9 %, а в России неуклонно снижается.

В 2013-2015 годах финансирование науки и образования сократилось с 605,6 до 572,6 млрд, что отразило истинную суть обещаний властей относительно модернизации. С учетом обострения конфронтации с США и Европой, продолжения мирового экономического кризиса, экономических «санкций» и роста бюджетных расходов на оборону в 2016 году рекордных 22,3 % (4,4 % ВВП) от всех расходов, очередное абсолютное сокращение финансирования науки и образования очевидно. Кстати, дальновидные правительства поступают ровно наоборот: именно в трудные времена увеличивают вложения в науку, так как уверены, что только она способна найти эффективные способы выхода из

кризиса. Но у нас, как водится, собственный российский путь в будущее, который, как ни странно, контролируется Западом. Спровоцировав государственный переворот на Украине, США и Евросоюз фактически втянули Россию в геополитическое соперничество и гонку вооружений, победить в которых у нас почти нет шансов. В этих условиях о серьезной государственной поддержке отечественного образования и науки можно только мечтать.

Литература:

- *Ань Вэй*. Глобализация и право // Вопросы философии. 2005. № 2.
- *Буров В.Г.* Китайский взгляд на государство в условиях глобализации // Судьба государства в эпоху глобализации. М.: ИФ РАН, 2005. С.41-52.
- *Буров В.Г., Федотова В.Г.* Китайский опыт модернизации: теория и практика // Вопросы философии. 2007. № 5. С.7-20.
- *Гринберг Р.С.* Экономика современной России: состояние, проблемы, перспективы. Общие итоги системной трансформации // Век глобализации. 2015. №1. С.166-182.
- *Гранин Ю.Д.* Глобализация: диалектика исторических форм осуществления // Век глобализации 2014. №1. С. 90-103.
- *Гранин Ю.Д.* Что такое «глобализация»? // Высшее образование в России. 2007. №10. С.116-121.
- *Гранин Ю.Д.* Национальное государство. Прошлое. Настоящее. Будущее. СПб.: Экспертные решения, 2014.
- *Гранин Ю.Д.* Желтые пятна на мантии российского телевидения // Журналист. Социальные коммуникации. 2014. №2 (14). С. 60-74.
- Доклад Всемирного Банка «Глобальные экономические перспективы». URL: <https://news.mail.ru/economics/24467586/>
- *Кравченко Л.И.* Экспансия Китая через институты БРИКС. URL: <http://www.rusrand.ru/actuals/ekspanziya-kitaya-cherez-instituty-briks>)
- Moody's 2015: Индия покажет самый высокий рост экономики среди G20. URL: <http://www.gigamir.net/money/pub2172021>
- Обзорный доклад о модернизации в мире и Китае (2001-2010). Под редакцией Хэ Чуаньци и Н.И. Лапина. М.: Весь мир, 2011.
- *Рябов А.* Возрождение феодальной «архаики» в современной России: практика и идеи // Рабочие тетради. Working paper. - М.: Московский центр Карнеги. 2008. №4.
- *Шубин Александр.* Модернизация и постиндустриальный барьер, или Почему у Медведева ничего не получается // Неприкосновенный запас. 2010. №6 (74). URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2010/6/>
- *Яковлев А.И.* Страны Востока. Синтез традиционного и современного. М.: Восточный университет, 2007..

Средства массовой информации США в условиях политической поляризации американского общества

УДК 32.019.51

Быков А.Ю., кандидат политических наук, доцент кафедры международной журналистики Санкт-Петербургского государственного университета.

В статье рассматриваются особенности политической поляризации американского общества и деятельность средств массовой информации США в данных условиях. Представлен обзор научных публикаций, результатов социологических опросов, иных исследований, в которых даются оценки обозначенным тенденциям. Выделяются факторы, оказывающие влияние на политическую дифференциацию общественных настроений и позиции средств массовой информации. Отмечается, что поляризация и противостояние властных субъектов, общественных групп, средств массовой информации в современной Америке принципиально не влияет на устойчивое развитие американского политического процесса.

Ключевые слова: американские СМИ, политика, идеология, журналистика, политическая поляризация.

Введение

Тема политической дифференциации американских СМИ и общества, сопряженности этих процессов в последнее время привлекает все больше внимания со стороны исследователей медиаотрасли Соединенных Штатов Америки. Для российской аудитории такое положение дел в американской медиаиндустрии может представлять особый интерес. Данные тенденции несколько дополняют формировавшиеся у нас на протяжении нескольких лет на рубеже XX-XXI веков представления о журналистике и журналистской профессии в этой стране. Они во многом соотносятся с точкой зрения о либеральной или североатлантической модели СМИ, которая нашла отражение в известном исследовании Д. Холлина и П. Манчини о сравнительном анализе медиасистем¹. Речь идет о том, что СМИ являются инструментом для получения финансовой прибыли, пресса ориентирована на аудиторию, для которой может быть неакту-

¹ Hallin D. C., Mancini P. Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politic. Cambridge: Cambridge University Press. 2004. 342 p.

альна политика. Роль СМИ при таком положении вещей состоит в том, чтобы быть посредником между властью и обществом. В рамках упомянутой работы и в последующих комментариях авторы сформулировали принципы американских средств массовой информации: «нейтралитет, объективность, разделение мнения и фактов», «журналистика должна излагать факты, не комментируя их»¹. Симпатизируя этой модели, П. Манчини противопоставляет ее российским массмедиа, выдвигая весьма спорный тезис о том, что «в России нет традиции журналистского профессионализма»².

Проявления политической неоднородности американских СМИ не следует рассматривать в отрыве от развития социальных процессов. Очевидно, что рынок массмедиа реагирует на запросы общества, и появление изданий определенной содержательной направленности вызвано спросом на них со стороны аудитории (конечно, при этом и сами СМИ ставят задачу формировать общественное мнение). Необходимо отметить, что в американском обществе наблюдаются признаки политической дифференциации: на это указывают многие эксперты, об этом свидетельствует ряд недавних событий (президентские выборы 2016 г., протесты темнокожего населения в отдельных регионах и др.). Таким образом, речь идет о политической дифференциации средств массовой информации, с одной стороны, и их аудитории (а если шире – американского общества), с другой, а также о связи данных процессов друг с другом. Положения, которые характеризуют особенности функционирования американских СМИ в контексте политической поляризации, будут предметом нашего анализа.

Политическая дифференциация СМИ Соединенных Штатов Америки

При изучении политических предпочтений средств массовой информации США необходимо учитывать, что с этой темой связано немало стереотипов. В советское время американская индустрия печати и телерадиовещания рассматривалась отечественными авторами преимущественно в качестве инструмента капиталистической пропаганды, отражающей интересы государства и крупного капитала. С начала 90-х годов прошлого столетия оценки сменились, и мы познакомились с профессиональными стандартами американской журналистики, согласно которым издания должны быть независимы, и им следует непредвзято освещать происходящие события. Описывалась также особая модель медиабизнеса Соединенных Штатов, которая предполагает

¹ Дедюхина А. Три модели СМИ // DV-Reclama.ru, 11.04.2006. URL: http://www.dv-reclama.ru/others/articles/media/8303/tri_modeli_smi (дата обращения: 11.11.2016).

² Колесниченко А. Паоло Манчини: «В России нет традиции журналистского профессионализма» // Media-online, 25 марта 2005. URL: <https://www.media-online.ru/index.php?id=8626> (дата обращения: 11.11.2016).

ла главным образом получение прибыли, а остальные вопросы, в том числе и политические интересы, отходили на второй план. Конечно, в этих положениях присутствует определенная доля истины, однако следует понимать, что преобладание данных подходов было обусловлено доминированием на определенных исторических этапах определенной идеологии, а также спецификой отношений между нашими странами. Реальная ситуация более сложная и неоднозначная. Оценка рынка массмедиа США показывает, что для СМИ характерна политическая дифференциация, т.е. разделение в зависимости от политических приоритетов. Критериями такого деления обычно выступают партийные симпатии (прореспубликанские и продемократические), идеологическая направленность (либерализм, консерватизм и др.), поддержка определенного политического режима (демократического, авторитарного, тоталитарного и т.д.). Не исключаются и иные параметры классификации.

Политические приоритеты средств массовой информации в США проявлялись на протяжении всей истории их развития. Известно, что в эпоху становления американской государственности (конец XVIII – первая половина XIX столетия) существовали партийные издания, отражающие интересы той или иной партии и занимавшие твердую политическую позицию. Тогда многие печатные издания представляли партийные интересы федералистов и республиканцев. Сторону федералистов занимали “Gazette of the United States” (1789-1793), “Columbian Centinel” (1790-1840), “Massachusetts Spy” (1770-1776). Республиканцев поддерживали “National Gazette” (1791-1893), “Aurora General Advertiser” (1794-1824).

Издания партийной направленности на следующих этапах исторического развития не имели столь значительного влияния. Однако известно, что многие массмедиа непартийного характера проявляли свои политические предпочтения. Это, в частности, подтверждают и данные, полученные американскими исследователями в ходе изучения выборки ежедневных городских газет США за 1924 год (М. Гентсков, Дж. Шапиро, М. Синкинсон)¹. На тот момент, либо в предшествующие годы, газеты каким-либо образом были связаны с республиканской или демократической партией, и эта связь отражалась в политических симпатиях и соответственно – в содержании публикаций. Особое внимание при оценке полученного материала было уделено соотношению потребительских интересов аудитории, коммерческих устремлений издателей и политических установок СМИ. Среди множества характеристик выделим заключение о том, что политические интересы читателей соотносились с политическими приоритетами газет, которые

¹ *Gentzkow M.; Shapiro J. M., Sinkinson M. Competition and Ideological Diversity: Historical Evidence from US Newspapers. American Economic Review. 2014. № 104 (10), P. 3074. URL: <https://www.brown.edu/Research/Shapiro/pdfs/competition.pdf> (retrieved: 23.11.2016).*

они читали. Любопытным является также положение о возможности изданий достигать коммерческого успеха, независимо от их идеологических установок¹. Важен посыл о том, что приверженность определенным политическим установкам, предопределяет спрос на издание со стороны части аудитории с аналогичными взглядами. Это делает издание востребованным и успешным. Дифференциация аудитории предопределяет появление СМИ с той содержательной политикой, которая будет соответствовать политическим запросам читателей. Издатели и редакторы, основываясь на этом, выстраивают необходимую бизнес-модель издания.

В настоящее время проявление политической позиции наиболее характерно для общественно-политических средств массовой информации, относящихся к группе изданий так называемого общего интереса, а также специализированных политических СМИ. Для оценки современной ситуации представляют интерес исследования о политических предпочтениях массмедиа США, которые начали активно появляться с конца 1990-х – начала 2000-х годов. Этой проблематике уделяют внимание Д. Саттер, Э. Алтерман, Б. Гофф, Р. Толлисон, Т. Гроэлинг и другие специалисты². В контексте проявления политической позиции рассматриваются различные аспекты функционирования СМИ: экономическая политика, подходы к освещению избирательных кампаний, организация работы редакции и т.д. Предпринимаются попытки разделить массмедиа на группы в зависимости от их социально-политических и идеологических симпатий. В этом смысле показательной является работа Т. Гросклоуза и Дж. Мильо «Измерение предвзятости СМИ»³. Авторы проанализировали информационную политику и симпатии ведущих средств массовой информации США по отношению к политическим партиям, фигурам политиков, представленным в Конгрессе, к «фабрикам мысли», использовались также некоторые дополнительные критерии. По итогам исследования к республиканскому крылу были отнесены “Washington Times”, “Fox News”. К занимающим позиции де-

¹ Ibid. P. 3107.

² Sutter D. Can the Media Be So Liberal? The Economics of Media Bias // The Cato Journal. 2001. № 20 (Winter), pp. 431-451; Sutter D. An Indirect Test of the Liberal Media Thesis Using Newsmagazine Circulation. Manuscript, University of Oklahoma, 2004; Alterman E. What Liberal Media? The Truth about Bias and the News. New York: Basic Books, 2003. xiv, 322 p.; Goff B., Tollison R. Why is the Media so Liberal? // Journal of Public Finance and Public Choice. 1990, I, pp. 13-21; Groeling T., Samuel K. Is Network News Coverage of the President Biased? // Journal of Politics. 1998. LX, pp. 1063-1087; Reed I., Kincaid C. Post Columnist Concerned About Media Bias / Accuracy in Media, 17.09.2001. URL: http://www.aim.org/media_monitor/A900_0_2_0_C (retrieved: 30.11.2016); Sperry P. Myth of the Conservative Wall Street Journal / WorldNetDaily, 25.06.2002. URL: www.worldnetdaily.com/news/article.asp?ARTICLE_ID=28078 (retrieved: 30.11.2016).

³ Groseclose T., Milyo J. A Measure of Media Bias // Quarterly Journal of Economics. September 2003. № 120(4), pp.1191-1237. URL: https://www.researchgate.net/publication/24091917_A_Measure_of_Media_Bias (retrieved: 23.11.2016).

мократов такие массмедиа, как “New York Times”, “Washington Post”, “USA Today”, политические телевизионные шоу каналов, некогда составлявших телеканалы «большой тройки» – CBS, NBC, ABC¹.

Исследования в данном направлении были продолжены в дальнейшем. На современном этапе эксперты выделяют группы американских СМИ в зависимости от уровня доверия сегментов аудитории, придерживавшихся определенных убеждений. Например, либерально настроенные респонденты более доверяют “The New York Times”, “The Washington Post”, “The New Yorker”, MSNBC. Консервативно настроенная часть опрошенных испытывает доверие к телеканалу Fox News, политическим шоу “The Glenn Beck Program”, “The Rush Limbaugh Show”². В современной Америке хорошо известны политические позиции ряда СМИ: традиционно демократическую партию поддерживает MSNBC, сторонником республиканцев является Fox News. Очевиден факт существования в США влиятельных средств массовой информации национального значения, которые занимают определенную политическую позицию.

Тем не менее, в существующей ситуации большинство общественно-политических СМИ все же придерживается центристских установок (“Wall Street Journal”, “USA Today”, “CBS News”, “ABC News” и др.). Многие положения, конечно, заставляют задуматься о том, насколько корректным является такое утверждение. Например, то, что подавляющее большинство ведущих СМИ США во время президентской избирательной кампании 2016 г. симпатизировали Х. Клинтон – кандидату от демократической партии. Однако оценка ситуации в течение более продолжительного времени указывает на сознательный выбор редакций массмедиа в пользу взвешенных оценок ситуации. Центристские подходы проявляются при позиционировании изданий не только по политическим, но и по иным вопросам – национального, религиозного и иного характера. Р. Бенсон в работе «Американская журналистика и политическое многообразие» приводит статистику, согласно которой с 1978 по 2000 годы численность «цветного» населения в США увеличилась с 19 до 30% от общего количества жителей. Пропорции увеличения «цветных» работников СМИ за этот период были иными: с 4 до 12 %, с учетом телевизионных СМИ – 10 %³. Это может свидетельствовать о том, что СМИ несколько отстают от происходящих в обществе процессов. Однако данный факт также подтверждает мысль об умеренных

¹ Ibid. P. 1192, 1228.

² Political Polarization & Media Habits / Fox News to Facebook, How Liberals and Conservatives Keep Up with Politics // Pew Research Center, October 2014. P. 5. URL: <http://www.journalism.org/2014/10/21/political-polarization-media-habits> (retrieved: 20.11.2016).

³ Benson R. American journalism and the politics of diversity // Media, Culture & Society . SAGE Publications. London, Thousand Oaks and New Delhi. 2005, Vol. 27 (1). P. 6. URL: http://rodneymbenson.org/wp-content/uploads/benson_2005-american-journalism-and-the-politics-of-diversity.pdf (retrieved: 22.11.2016). DOI: 10.1177/0163443705047031.

позициях основной доли средств массовой информации, проявившейся в кадровой политике. О взвешенности в подаче информации может свидетельствовать сознательный отказ СМИ от использования резких терминов применительно к латиноамериканцам, афроамериканцам и иным меньшинствам, что было закреплено в особых инструкциях для сотрудников изданий (документ “Style and Usage Guide”, принятом редакцией “Los Angeles Times”¹).

В отличие от «больших медиа» многие нишевые, специализированные СМИ и издания с относительно небольшим охватом аудитории, зачастую открыто заявляют о своих политических пристрастиях. Они открыто позиционируют себя в качестве продемократических или прогрессивных, заявляют о поддержке определенной идеологии и т.д. Такое нередко встречается в ток-шоу на радио, в программах кабельных телевизионных каналов, в новых медиа². Примером такого рода СМИ может быть сектор американских политических журналов.

К консервативным журналам относятся “National Review” (1955) / “National Review Online”, “The Weekly Standard” (1995), “The American Spectator” (1924), “The American Conservative” (2002), “The New American” (1965)³. Этот список может быть также дополнен изданиями “The National Interest” (1985), “Policy Review” (1977-2013), “The Public Interest” (1965-2005).

Изданиями либерального направления являются “The Nation” (1865), “Harper’s” (1850), “The Progressive” (1909), “Mother Jones” (1976), “Dissent” (1954), “American Prospect” (1990), “The Atlantic Monthly” (1857). Академически ориентированные издания этого направления – “Politics and Society” (1970), “Science and Society” (1936). Перечень консервативных и либеральных журналов может быть продолжен, в качестве примера приведены журналы, имеющие характерную политическую направленность.

К нишевым политическим ресурсам можно отнести СМИ, получившие названия изданий Капитолийского холма. Это средства массовой информации, которые освещают сферу большой политики. Темы, к которым они обращаются, связаны с событиями в офисах Капитолийского холма, где принимаются принципиальные политические решения. Основная аудитория данных массмедиа – политическая элита, занятая выработкой и реализацией американской национальной политики. Популярность изданий Капитолийского холма, появившихся в начале XXI века, во многом была связана с активным использованием интернет-пространства: “Politico” (2007), “Huffington Post” (2005). Достаточно быстро

¹ Ibid. P. 7.

² Prior M. Media and Political Polarization // Annual Review of Political Science. 2013. № 16. pp. 101–127. URL: <https://www.princeton.edu/~mprior/Prior%20MediaPolarization.pdf> (retrieved: 22.11.2016). DOI: 10.1146/annurev-polisci-100711-135242.

³ Hawkins M. Top 10 Conservative Magazines. August 23, 2016. URL: <http://usconservatives.about.com/od/gettinginvolved/tp/TopConservativeMagazines.htm> (retrieved: 22.11.2016).

вошли на рынок и нашли свою аудиторию “The Hill” (1994), “Salon” (1995). Среди изданий с более давней историей – появившиеся в середине прошлого столетия “Roll Call” (1955), “National Journal” (1969). Сейчас это целая группа СМИ, которая приобрела значительный вес на рынке политической журналистики, и уже конкурирует в этом сегменте с традиционными «большими» СМИ. Серьезное преимущество таких изданий – постоянные контакты с политиками и доступ к эксклюзивным источникам информации.

Общее представление о политических предпочтениях данных изданий можно составить на основе данных с официальных сайтов этих средств массовой информации и оценок экспертов. “The Hill” относят к изданиям центристского толка, его принципом является «непредвзятое освещение факторов принятия решений в законодательной сфере»¹. Такую оценку ему дают также эксперты ресурса “ALLSides”². Они оценивают “The Hill” как СМИ, которое не выказывает очевидных предпочтений крайним флангам политического спектра, консервативному или либеральному крылу², хотя в отдельных случаях может тяготеть к политическим силам определенной направленности³. “Politico” и “National Journal” получили подобные оценки. “Huffington Post”, “Salon”, “Roll Call” рассматриваются как издания, симпатизирующие левым, либеральным идеям. При оценке политической коммуникации следует учитывать также фактор новых медиа (интернет-версии СМИ, социальные сети, тематические блоги и т.д.), совокупный объем которых неуклонно возрастает.

Между перечисленными массмедиа национального масштаба («большими СМИ») и нишевыми изданиями, рассчитанными на более узкую аудиторию, существуют очевидные различия на функциональном уровне. Первые, учитывая различия в ценностях и интересах среди различных категорий населения, призваны проводить информационную политику, ориентированную во многом на установление консенсуса в этих противоречиях. Нишевые политические медиа апеллируют к интересам отдельных групп, формируют поле дискурса на внутригрупповом уровне. Эти тенденции рассматривались Д. Ролингер в работе об американских СМИ и демократических процессах⁴. Дискурс с участием нишевых политических медиа на уровне отдельных групп является более нормативным, эта та площадка, где возможно обозначить общие интересы, ценности, убеждения. В условиях демократической тради-

¹ The Hill. Who we are. URL: <http://thehill.com/contact/about-us> (retrieved: 24.11.2016).

² The Hill bias rating is Center. URL: <http://www.allsides.com/news-source/hill> (retrieved: 24.11.2016).

³ What does a “Center” bias rating mean? URL: <http://www.allsides.com/bias/center> (retrieved: 24.11.2016).

⁴ Rohlinger D. A. American Media and Deliberative Democratic Processes // Sociological Theory. Jun., 2007. Vol. 25, No. 2. P. 123. URL: <http://www.jstor.org/stable/20453072> (retrieved: 23.11.2016).

ции, по мнению автора, «большие СМИ» (mainstream media) должны фокусироваться на выявлении точек согласия, консенсуса различных общностей. В то же самое время в силу своей влиятельности «большие медиа» могут вызвать конфликты и разногласия в случае распространения идей, которые не будут восприниматься отдельной частью их аудитории. Необходимо принимать во внимание, что среди общественно-политических мейнстрим-изданий выделяются те, которые более тяготеют к определенному флангу политического спектра. Есть основания полагать, что при определенных условиях развития событий они будут способствовать политической и идеологической поляризации населения. Впрочем, не исключены и обратные процессы, когда аудитория будет определять, СМИ какой политической направленности будут востребованы.

Заключение

Исследования американского общества указывают на его неоднородность и тяготение к политической поляризации. Конечно, данный тезис необходимо рассматривать в контексте сложившихся в США традиций политической культуры, которая во многом отлична от происходящего в других государствах. В современной истории противостояние властных субъектов, либо общественных групп в Соединенных Штатах принципиально не влияет на устойчивое развитие политического процесса¹, не подрывает сформировавшиеся государственные устои. Такая ситуация кардинально отличается от стран так называемой «транзитивной демократии», либо от государств, переживших события «цветных революций». Однако и в рамках американской модели политические настроения, как уже отмечалось, становятся все более разнонаправленными.

Данная ситуация отражается на рынке массмедиа Соединенных Штатов Америки, которому также присущи тенденции политической дифференциации. Они затрагивают не только нишевые политические издания, но и общественно-политические СМИ национального характера (mainstream media). Данное замечание является существенным для понимания роли СМИ в политической коммуникации и позволяет скорректировать подходы, распространенные в отечественных исследованиях рубежа XX-XXI вв. Стандарты, согласно которым американские

¹ В понимании политического процесса мы опираемся на определение, предложенное Н. Р. Бальнской, где автор делает акцент на информационной сущности политического процесса: «Политический процесс – это реализуемая в специфическом политическом времени и пространстве цель событий, представляющих собой реакцию на циркулирующую в области политических отношений информацию традиционно-представительных и периодически спонтанных субъектов политики» (См.: *Бальнская Н.Р.* Специфика участия средств массовой информации в политическом процессе современной России: монография. Екатеринбург: Уральская академия государственной службы, 2009. С. 33).

издания руководствуются беспристрастным освещением новостей и не имеют политической позиции, оказываются не всегда применимы в реальной журналистской практике. СМИ Соединенных Штатов политически дифференцированы, при этом многие из них занимают вполне определенную позицию по поводу происходящих событий. Это влияет на выбор аудитории. В ряде случаев складывается ожидаемая ситуация, когда аудиторию издания составляют читатели (зрители, слушатели) близких политических взглядов. Этим во многом обусловлен преимущественно спокойный характер дискуссий по поводу общественно-политического устройства страны и иных вопросов. Вместе с тем отсутствие оскорбительных суждений (что не исключает резких высказываний) в адрес оппонентов вполне соотносится с политическими традициями ведения политической дискуссии.

Дальнейшего изучения требует вопрос о соотношении политических приоритетов в настроениях общества и позиции средств массовой информации. Очевидно, они оказывают влияние друг на друга. Попытки выявить механизмы взаимодействия предпринимались некоторыми исследователями (Дж Грошек, Дж Энгельберт, Р. Шредер, Р. Бенсон, М. Прайор и др)¹. Авторы обращали внимание на симпатии аудитории, экономический фактор, соответствие политических настроений СМИ, аудитории и политиков и т.д. Механизмы же трансформации политических устремлений СМИ и общества, их взаимовлияния остаются недостаточно изученными.

Представленный материал дает понимание о специфике применения принципов свободы слова в США. Политическая дифференциация американских СМИ является отражением плюрализма идей, характерного для общественных отношений. Речь, по сути, идет о наличии и состоятельности разных политических установок, которые соотносятся с взглядами тех или иных общественных групп. Важно, что в данном контексте свобода слова для СМИ не означает абсолютной независимости, непредвзятости в оценках, и предполагает возможность для отдельного журналиста и издания в целом занимать определенную политическую позицию.

Литература:

- *Балынская Н.Р.* Специфика участия средств массовой информации в политическом процессе современной России: монография. Екатеринбург: Уральская академия государственной службы, 2009. - 183 с.

¹ *Groshek J., Engelbert J.* Double differentiation in a cross-national comparison of populist political movements and online media uses in the United States and the Netherlands // *New Media and Society*. July 24, 2012. № 15 (2), pp. 183–202. DOI: 10.1177/1461444812450685; *Schroeder R.* Rethinking digital media and political change // *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. August 3, 2016, pp. 1–16. DOI: 10.1177/1354856516660666; *Benson R.* Op. cit.; *Prior M.* Op. cit.

- *Дедюхина А.* Три модели СМИ // DV-Reclama.ru, 11.04.2006. URL: http://www.dv-reclama.ru/others/articles/media/8303/tri_modeli_smi (дата обращения: 11.11.2016).
- *Колесниченко А.* Паоло Манчини: «В России нет традиции журналистского профессионализма» // Media-online, 25 марта 2005. URL: <https://www.media-online.ru/index.php3?id=8626> (дата обращения: 11.11.2016).
- *Alterman E.* What Liberal Media? The Truth about Bias and the News. New York: Basic Books, 2003. - xiv, 322 p.
- *Benson R.* American journalism and the politics of diversity // Media, Culture & Society. SAGE Publications. London, Thousand Oaks and New Delhi. 2005, Vol. 27 (1), pp. 5–20. URL: http://rodneymbenson.org/wp-content/uploads/benson_2005-american-journalism-and-the-politics-of-diversity.pdf (retrieved: 22.11.2016). DOI: 10.1177/0163443705047031.
- *Gentzkow M., Shapiro J. M., Sinkinson M.* Competition and Ideological Diversity: Historical Evidence from US Newspapers. American Economic Review. 2014. № 104 (10), pp. 3073–3114. URL: <https://www.brown.edu/Research/Shapiro/pdfs/competition.pdf> (retrieved: 23.11.2016).
- *Goff B., Tollison R.* Why is the Media so Liberal? // Journal of Public Finance and Public Choice. 1990. I, pp. 13-21.
- *Groeling T., Samuel K.* Is Network News Coverage of the President Biased? // Journal of Politics. 1998. LX, pp. 1063-1087.
- *Groseclose T., Milyo J.* A Measure of Media Bias // Quarterly Journal of Economics. September 2003. № 120 (4), pp. 1191-1237. URL: https://www.researchgate.net/publication/24091917_A_Measure_of_Media_Bias (retrieved: 23.11.2016).
- *Groshek J., Engelbert J.* Double differentiation in a cross-national comparison of populist political movements and online media uses in the United States and the Netherlands // New Media and Society. July 24, 2012. № 15 (2), pp. 183–202. DOI: 10.1177/1461444812450685.
- *Hallin D. C., Mancini P.* Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politic. Cambridge: Cambridge University Press. 2004. - 342 p.
- *Hawkins M.* Top 10 Conservative Magazines. August 23, 2016. URL: <http://usconservatives.about.com/od/gettinginvolved/tp/TopConservativeMagazines.htm> (retrieved: 22.11.2016).
- *Political Polarization & Media Habits / Fox News to Facebook, How Liberals and Conservatives Keep Up with Politics* // Pew Research Center, October 2014. URL: <http://www.journalism.org/2014/10/21/political-polarization-media-habits> (retrieved: 20.11.2016).
- *Prior M.* Media and Political Polarization // Annual Review of Political Science. 2013. № 16. pp. 101–127. URL: <https://www.princeton>.

- edu/~mprior/Prior%20MediaPolarization.pdf (retrieved: 22.11.2016). DOI: 10.1146/annurev-polisci-100711-135242.
- *Reed I., Kincaid C.* Post Columnist Concerned About Media Bias / Accuracy in Media, 17.09.2001. URL: http://www.aim.org/media_monitor/A900_0_2_0_C (retrieved: 30.11.2016).
 - *Rohlinger D. A.* American Media and Deliberative Democratic Processes // *Sociological Theory*. Jun., 2007. Vol. 25, No. 2, pp. 122-148. URL: <http://www.jstor.org/stable/20453072> (retrieved: 23.11.2016).
 - *Schroeder R.* Rethinking digital media and political change // *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. August 3, 2016. pp. 1–16. DOI: 10.1177/1354856516660666.
 - *Sperry P.* Myth of the Conservative Wall Street Journal / *WorldNetDaily*, 25.06.2002. URL: www.worldnetdaily.com/news/article.asp?ARTICLE_ID=28078 (retrieved: 30.11.2016).
 - *Sutter D.* An Indirect Test of the Liberal Media Thesis Using News-magazine Circulation. Manuscript, University of Oklahoma, 2004.
 - *Sutter D.* Can the Media Be So Liberal? The Economics of Media Bias // *The Cato Journal*. 2001. № 20 (Winter), pp. 431-451.
 - The Hill bias rating is Center. URL: <http://www.allsides.com/news-source/hill> (retrieved: 24.11.2016).
 - The Hill. Who we are. URL: <http://thehill.com/contact/about-us> (retrieved: 24.11.2016)
 - What does a “Center” bias rating mean? URL: <http://www.allsides.com/bias/center> (retrieved: 24.11.2016).

Кинокритика в социологическом ракурсе

Жабский М.И., доктор социологических наук, зав. отделом социологии экранного искусства НИИ киноискусства (ВГИК), ведущий научный сотрудник Государственного института искусствознания; m.zhabsky@gmail.com

Кинокритика рассматривается как один из институтов социального контроля в структуре кинематографической коммуникации. В центре внимания – противоречие между комплексной социальной природой кино и тяготением доминирующего направления в профессиональной критике к «чистому взгляду» на его художественные продукты. Масс-медиа рассматриваются в качестве механизма обретения кинокритикой статуса влиятельного социального института. Подчеркивается комплексная природа кинопроцесса и связанная с этим роль социальной науки в качестве составляющей теоретико-методологических основ кинокритики.

Ключевые слова: кино, фильм, публика, коммуникация, субкультура, социальный контроль, критика, «чистый взгляд», массмедиа, эстетика, социология.

Кинематографический процесс во все времена был и остается территорией драматичной по своему характеру социальной коммуникации. Его участники, от продюсера до зрителя, – люди разного демографического и социального статуса. У них разные, часто взаимоисключающие интересы, представления, вкусы, разные «габитусы» (П. Бурдьё), и ими они руководствуются. В этой ситуации выработка более или менее согласованных норм, ценностей и идеалов взаимодействия, словом, столь важной для взаимопонимания разделяемой культуры – задача чрезвычайно сложная. Циклически повторяющееся коммуникативное взаимодействие в рамках производства, распространения и зрительского освоения фильмов предстает в виде никогда не прекращающейся социокультурной драмы.

Участников кинопроцесса объединяют и в то же время разъединяют силы взаимного притяжения и отталкивания. Результат – определенная системная рассогласованность процесса кинокоммуникации, элемент аномии в нем. В современной России аномия ощущается особенно остро. Согласование интересов основных участников кинопроцесса весьма проблематично. Российским фильмам дистрибьюторы, кинопоказчики и посетители кинотеатров чаще всего предпочитают зарубежные. Цикл кинокоммуникации в национальном сегменте кинематографического процесса завершается крайне вяло либо оказывается вовсе незавершенным. В 2015 г. российское кинопроизводство пред-

ложило партнерам по кинокоммуникации 147 релизов, в 2016 г. – 162. Цифры немалые, но доля российских картин на рынке, мягко говоря, скромная – соответственно 15,7 % и 17,5 %¹. В сложившейся ситуации институты социального регулирования призваны находить способы оптимизации происходящего коммуникативного взаимодействия.

Используя трибуну массмедиа, как может, участвует в этом процессе и кинокритика. Но что значит *быть* кинокритикой? Ответ на этот фундаментальный, аристотелевский по своему характеру вопрос, предполагающий, среди прочего, неперемнное уяснение конечной причины (causa finalis) бытования кинокритики, во многом определяет вектор ее дискурса, влияние на кинематографический процесс и социум. Ниже мы коснемся некоторых социологических аспектов данного вопроса, имея при этом в виду, что быть кинокритикой значит существовать и в процессе существования конструировать, руководствуясь определенной установочной идеей, свою сущность.

Критика кино – институт социального контроля. Взаимодействие участников кинематографической коммуникации внутренне упорядочено и согласовано в той мере, в какой они разделяют нормы и ценности кинокультуры, конкретного общества в целом. Регулирующую роль при этом осуществляет институт вездесущего социального контроля. В форме кинокритики его объектом являются творческие личности, их культурные практики, продукты деятельности. Они постоянно подвергаются медийной оценке критиками, а, следовательно, также символическим позитивным либо негативным санкциям с вытекающими отсюда последствиями. Критические суждения порой обретают даже форму общественного приговора.

Кинокритика – необходимый, но не достаточный и не единственный институт социального контроля за «седьмым искусством». Кино в той или иной форме критикуют практически все, кого оно затрагивает. При этом возникает нечто большее, нежели многоголосый дискурс в его лингвистическом понимании. Это также культурная практика. Она направляет и в какой-то мере конструирует то, что в виде текста описывается и оценивается. Функционирование и развитие кино поэтому во многом зависит от адекватности, полноты и совпадения оценок фильмов, выносимых в широком спектре социальных субъектов. «Суждение какого-либо рода, – констатирует Х. Данкан, – всегда выносятся, и это суждение, в конечном счете, во многом определяет искусство, поскольку оно устанавливает *мерила* (*подчеркнуто мною. Автор*) для создания, распределения и потребления искусства. С социологической точки зрения, критики, суждения которых основаны на эстетических канонах, представляют собой лишь один тип из многих. Церковь, государство, деловые круги, школа – каждый институт критикует искусство

¹ Динамика основных показателей сборов календарных 2012–2016 годов // Бюллетень кинопрокатчика. – 2017, № 1/2. – С. 20.

в соответствии с собственными потребностями. Независимо от того, именуется ли такие суждения критикой, цензурой, анализом рынка или пересмотром в учебных целях, они оказывают глубокое воздействие на то, какого рода искусство будет создаваться»¹.

Критика нехудожественного профиля задавала тон и влияла на развитие кино на заре его существования. Первыми критиками, кроме зрителей, являлись те, кто снимал фильмы. А это были далекие от искусства люди из народа. Публика кино к категории ценителей искусства тоже не принадлежала. Недостатка в критиках вместе с тем не ощущалось. Напротив, их было очень много. И критиковали они фильмы по причине их вредного, как предполагалось, влияния на общество – детей, молодежь, пролетариат в первую очередь. Выказывались педагоги, священнослужители, писатели, юристы, политики и т.д. В числе критиков кино оказались даже Николай II и В. Ленин. Первый считал, что кинематография – «пустое, никому не нужное и даже вредное развлечение»². Второй утверждал, что она приносит больше вреда, чем пользы, но в руках настоящих деятелей социалистической культуры станет мощным средством просвещения масс³.

Со временем возникла профессиональная критика. Ее социологическое понимание и конструктивное с такой теоретико-методологической позиции направляющее воздействие на развитие кино сегодня особенно важно. Нынешний репертуар кинотеатров большей частью глобализирован, вкусы публики во многом американизированы. Российское кинопроизводство, настраиваясь на ее ожидания и пытаясь найти с ней контакт, под влиянием экономических соображений вынужденным образом осуществляет натурализацию Голливуда в своих продуктах, их гибридизацию⁴.

В этой ситуации доминирующая, по традиции монодисциплинарно укорененная художественно-эстетическая критика выполнять в необходимой мере функцию разумного социального контроля и, тем самым, оказывать должное содействие функционированию и развитию российского кино не в состоянии. «...Сегодняшний кризис кинокритики – а он несомненен, утверждает М. Ямпольский, – во многом обусловлен подчинением дискурса о кино академической дисциплинарности. Кризис кинокритики в целом связан с узкой специализацией и исчезновением пространства свободной

¹ Данкан Х.Д. Социология искусства, литературы и музыки: социальные контексты символического опыта / Беккер Г., Босков А. Современная социологическая теория в предметности и изменении. – М., 1961. – С. 553.

² Цит. по: Садуль Ж. Всеобщая история кино. Т. 2. Кино становится искусством. 1909–1914. – М., 1958. – С. 300.

³ Самое важное из искусств: Ленин о кино. – М., 1974. – С. 116.

⁴ Жабский М.И. Социокультурная драма кинематографа. Аналитическая летопись (1969–2005 гг.). – М., 2009. – С. 590–591; Жабский М.И., Тарасов К.А. Конкурентоспособность российского кино в социокультурной перспективе // Культура и искусство. – 2013, № 3. – С. 267–279. – DOI: 10.7256/2222-1956.2013.03.3

рефлексии»¹.

Для успешного взаимодействия киноискусства и публики необходима эффективная прямая и обратная информационная связь между ними. Традиционная критика тяготеет к абсолютизации автономии художника, его социальной герметизации. Запросы публики как фактор гетерономии вызывают у нее большое подозрение. Ими она интересуется столь же мало, как и публика ее суждениями. Взаимное отторжение – плохой принцип взаимодействия. Критику такой ориентации, отмечает Х. Данкан, «о публике известно что она существует (насколько это касается критика), но критик относится к своей публике с точки зрения знатока или человека со вкусом. Широкая публика является «чернью», и считается унизительным критиковать для нее. Публикой можно маневрировать, формировать ее вкусы, ...но чувство прямой связи с широкой публикой отсутствует»².

Речь о принципиальном вопросе – о том месте, которое занимает профессиональный критик в художественном поле, где ключевые понятия – например, о том, что представляет собой искусство – «оружие и ставка в борьбе»³. Х. Данкан выделил пять типов отношений в треугольнике «художник – критика – публика». Конструктивная – эстетико-социологического характера – критика, на наш взгляд, близка к типу отношений, представляющему собой нечто среднее между двумя из названных им пяти типов, что-то вроде их синтеза. Эти типы таковы. В одном случае «художник, критика и публика принимают на себя взаимную ответственность друг за друга, будучи убеждены в том, что искусство должно иметь автономную функцию в обществе. Художник, подобно священнику, государственному деятелю, солдату, философу, рассматривается с учетом его социальных обязанностей...»⁴. Но как понимать «автономную функцию в обществе», «социальные обязанности»? Понимать их можно таким образом, что искусство в кино замкнется в крошечных «обществах взаимного восхищения» (П. Бурдьё) определенной части художников, критиков и зрителей⁵. В полной мере такой тип отношений для массового по своей природе киноискусства, несмотря на определенную его ценность, не целесообразен. Приоритетен тип отношений, когда и художник, и критик тесно связаны с широкой публикой. Они стремятся выразить или в режиме художественной спонтанности выражают ее автохтонные интересы и в этом смысле являются ее представителями. «Критик обращается к художнику от име-

¹ Михаил Ямпольский: что такое кинокритика. URL: <http://os.colta.ru/cinema/events/details/35533/?expand=yes> (дата обращения – 13.03.2017).

² Садуль Ж. Указ. соч. – С. 555.

³ Bourdieu P. The Field of Cultural Production. – Cambridge, 1993. – P. 262–263.

⁴ Данкан Х.Д. – Указ. соч. – С. 556–557.

⁵ Bourdieu P. The Field of Cultural Production. P. 116.

ни публики, в то время как художник говорит только от имени народа»¹.

Признание за киноискусством обязанностей в обществе автоматически означает относительность его автономии, отрицание правомерности художнической робинзонады, социальной герметизации художника. В идеале предполагается спонтанный синтез автономии с гетерономией. Но первый из обозначенных выше типов отношений в треугольнике «художник – критика – публика» предполагает как раз абсолютизацию автономии, полную независимость искусства, от широкой публики в том числе.

В данном случае важно различать между относительной автономностью, которой обладает любое общественное явление, искусство кино в том числе, и абсолютизированной автономностью, провозглашение которой в пределе означает стремление легитимизировать чистое искусство, чистый взгляд, чистую эстетику. П. Бурдьё по этому поводу заметил: «Чистый взгляд есть историческое изобретение, связанное с возникновением автономного поля художественного производства, т.е. поля, способного навязывать свои собственные нормы как производству, так и потреблению своих продуктов»².

И далее: «Утверждать автономию – значит отдавать первенство тому, в отношении чего художник является мастером, т. е., скорее, форме, манере, стилю, нежели теме, внешнему референту, что предполагает подчинение функциям... Это означает и отказ от любой необходимости, отличной от той, что заключена в специфической традиции конкретной художественной дисциплины: сдвиг от искусства, которое имитирует природу, к искусству, которое имитирует искусство, находя исключительный источник экспериментов в его собственной истории, и даже порывая с традицией оно требует отсылки не к внешнему референту, репрезентированной или означенной реальности, а к универсуму произведений искусства прошлого и настоящего»³.

Будучи распространенной на кино, понятая подобным образом автономность искусства в пределе ведет его к отрыву от широкой публики, выводит фильм за пределы общества, игнорирует его социальную функциональность. Общественная реальность элиминируется в качестве критерия зрительского восприятия и оценки, равно как и суждений кинокритика. Вместе с тем, очевидно, что кино создает и внедряет в массовое сознание определенную картину социального мира, а сегодня является востребованным и влиятельным фактором различных сфер общественной жизни. Критика как социальный институт, игнорирующий реальную связь киноискусства с широкой публикой и общественными процессами, страдает очевидной односторонностью.

¹ Данкан Х.Д. – Указ. соч. – С. 556.

² Bourdieu, P. Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste. – Cambridge, 1984. – P. 3.

³ Ibid.

В этой связи нелишне заметить, что проект советского кино предполагал увязку художественной автономии с официально понятыми требованиями общества. С требованиями публики дело обстояло иначе. Отношения строились на началах в первую очередь воздействия на публику, а потом уж – взаимодействия с ней. Кинокритика охотно руководствовалась этим методологическим принципом. Фильмы, имевшие массовый успех у публики, зачастую подвергались резкому осуждению. Достаточно сослаться на атмосферу, мягко говоря, полупризнания, в которой создавались и распространялись фильмы популярных жанров в СССР. Именно в такой атмосфере и могло случиться, что фильм В. Меньшова «Москва слезам не верит», удостоенный «Оскара» Американской академией киноискусства и пользовавшийся широчайшей популярностью у широкого зрителя, без преувеличения сказать, любимый им, на страницах кинопечати предстал в совершенно ином свете. Его позиционировали как образец тех картин, которые не следует делать, а самого режиссера, по его признанию, коллеги «расстреливали взглядами». Распространилась инспирированная В. Вильчеком (судя по его словам, сказанным автору) легенда о некоем режиссере, купившем видеоманитофон специально для того, чтобы просмотром этой картины не скомпрометировать свой утонченный вкус в глазах профессионального сообщества. Агрессивно понятая защита искусства в кино выливалась в ущемление естественных социально-эстетических прав публики.

Профессиональной критике, озабоченной состоянием эстетики экрана, необходимо видеть, что кинополитика сугубо эстетической направленности тоже является искусством возможного. Художественные отношения вплетены в сеть социальных, экономических и прочих отношений. Они – реальная почва, на которой произрастает художественное зерно в кино. Жизнь показывает, что с помощью социально-кинематографической цепи, в которой есть хотя бы одно ржавое звено, вытащить высокое искусство на достаточно широкую дорогу развития невозможно. Более надежный путь художественного роста – одновременное совершенствование всех звеньев социально-кинематографической цепи. Эстетического сознания публики в том числе.

Кинокоммуникация – комплекс сложных социальных отношений. Прежде всего, между творческими работниками и критиками, с одной стороны, и публикой – с другой. Это социокультурный диалог, в который партнеры вступают на почве взаимного интереса, обретают определенные права и обязанности. Художественное развитие кино во многом зависит от «общего знаменателя» в эстетических интересах и потенциалах партнеров. К вершинам художественного совершенства кино наиболее успешно может приближаться, а взойдя на них, может долго там пребывать, лишь идя навстречу запросам своего зрителя и двигаясь вперед вместе с ним. При всем том исторически такого рода союз оказался весьма проблематичным.

Не совсем подтвердившийся прогноз будущего кино на заре его существования.

Кино являлось первым профессиональным искусством, которое откликнулось на эмоциональные запросы широкой публики. Таков был предопределенный самой историей культуры магистральный путь его развития. В пору немого кино, тесно еще связанного с народными массами, на Западе понял это и в свете своего понимания попытался заглянуть в будущее кино австрийский писатель Г. Гофманнсталь. Задавшись вопросом, «почему мы любим кино», он следующим образом ответил на него: «Потому что оно не соответствует кодексу чести давно упраздненной аристократии духа; потому что с помощью всех существующих теорий искусства... можно коротко и ясно доказать, что кино никогда не станет «высоким искусством». Потому что кино должно стать чем-то новым, что не покрывается до сих пор существующим понятием «искусство», если оно вообще желает чем-то стать. Потому что оно не участвует в отрывании западного искусства от народа, не может участвовать (и не должно)»¹.

Писатель точно уловил историческую миссию кино, но не во всем был удачлив в части прогноза его будущего. Историческая миссия кинематографа оказалась ставкой борьбы на кинематографическом поле, а ее итогом – тройкое искусство: примитивизированное массовое, популярное и элитарное. Высокая критика приложила немало усилий, чтобы убедить мир в эстетической респектабельности кино, канонизируя фильмы «не для всех» и их авторов. Результат оказался таков, что она же большинство снимаемых фильмов – а в этом смысле на самом деле и кино в целом – искусством не считает и, следовательно, отчасти подтверждает правоту Г. Гофманнсталя относительно будущего кино в статусе «высокого» искусства. С другой стороны, производимые элитарные картины основной массе населения либо не интересны по их содержанию, либо не понятны по форме.

Предвидение австрийского писателя подтвердилось также фактами скромного наличия популярного киноискусства, ориентированного на функционально заинтересованное народное восприятие и располагающегося между приземленно массовым и элитарным кинематографом.

В отличие от «чистого взгляда», связанного с «господским» (Л. Толстой) искусством, популярное искусство предполагает как минимум паритетность содержания и функции фильмов по отношению к их форме, этики – по отношению к эстетике. При всех «но» нельзя не признать, что проект такого рода искусства во многом предполагался и реализовался в советском кино, примером чему является хотя бы кинематограф В. Шукшина. Кинополитика той исторической поры строилась, среди прочего, на адекватном понимании неравновесности исходных соци-

¹ *Hofmannsthal, H. Der Ersatz für die Träume / Kein Tag ohne Kino. Schriftsteller über den Stummfilm. Textsammlung. – Frankfurt am Main, 1984. – С.456–457.*

альных и эстетических позиций художника и широкой публики. Фильмы создаются в одних, а воспринимаются в других контекстуальных мирах. Самовыражение сторон социально обусловлено по исходным интересам, установкам и ресурсам соответственно художнического творчества и зрительского сотворчества. Оптимальная кинокоммуникация между художником и широкой публикой предполагает взаимное стремление сторон к взаимопониманию. При этом от художника в сфере магистрального направления кинотворчества требуется большая готовность к сближению. Идеал для массового по своей природе кино – эстетический эксперимент, понятный миллионам.

Кино и «чистый взгляд». Безусловно, высокое искусство тоже нуждается в солидной зрительской поддержке. Критика стремится способствовать ее росту. Вместе с тем представления о кино как средстве коммуникации и как средстве художнической экспрессии входят в практическое сознание кинокритиков отнюдь не бесконфликтно. Там, где этого конфликта нет, препятствием нередко выступает преувеличение реальных, исторически обусловленных возможностей широкой зрительской поддержки высокого искусства¹. Население, среди прочего, делится на «культурные классы», исповедует разные субкультуры. Запросы каждого культурного класса объективно обусловлены положением его представителей в обществе, прочно укоренены в реальных условиях жизни, предопределяющих возможность располагать амундией, необходимой для освоения высокого искусства, реально обладать тем, что принято называть художественной образованностью – на самом деле профессионального характера. Авторитарное навязывание одним культурным классам продуктов, адекватных и рассчитанных для других, социально привилегированных, более продвинутых, высоких, столь же неправомерно, как и вульгарно-социологическое упрощение практики эстетического воспитания. Здесь тоже необходимо тонкое чувство меры. Способность ценить «легитимные» (элитарные) фильмы, утверждает П. Бурдьё, зависит от наличия у человека некоего «чистого взгляда», т.е. не отмеченного склонностью к извлечению из просмотра фильма определенной полезности типа отдохнуть, развлечься, получить разрядку, познать и т.д. Напротив, потребность и способность ценить массовые и популярные фильмы зависит от склонности к «партиципации» в процессе его просмотра, к иллюзорному соучастию в экранном действии и сопереживанию².

«Чистый взгляд» включает в себе отказ от народного вкуса. Последний отвергается как натуральный, простой, наивный. «Чистый взгляд» представляет собой и отказ от народного удовольствия – очевидного,

¹ Жабский М.И. Художественно-коммуникативная природа киноискусства / Сборник научно-популярных статей – победителей конкурса РФФИ 2008 года. Выпуск 12. Часть II. – М., 2009. – С. 165.

² Bourdieu, P. Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste. – P. 32.

прозрачного, легкого¹.

Предпочтение отдается удовольствию, получаемому в результате весьма трудного герменевтического и интертекстуального «прочтения» сложного по своему языку элитарного фильма. Социологическое понимание сути «высокого» вкуса П. Бурдые метко выразил несколькими словами: «Глаз» – продукт истории, воспроизведенный посредством образования². Оно же для основной массы зрителей профессиональным или хотя бы профессионализированным не является и таковым быть не может.

Критику в его праведном стремлении поднять зрителя до уровня художника важно видеть принципиальную разницу в положении коммуникатора и коммуниканта. Знаковая система кино вырабатывается профессионалами, а декодирует ее при восприятии фильма любитель. Кинокоммуникация предстает как информационная связь между профессионалом и любителем. Отсюда естественность постоянно всплывавшей в советский период коммуникативной проблемы понятного киноязыка и такого, который должен быть понят. Опыт мирового кино показал необходимость того и другого. Вопрос в адекватном понимании горизонта реальных возможностей, в правильной расстановке акцентов и соблюдении меры. Постоянно в той или иной степени обновляющийся понятный киноязык – магистральное направление в развитии кинематографа. Кино, которое «должно быть понято», – направление маргинальное, базирующееся на неприятии, зачастую высокомерном, его массовой природы. Доминирующему направлению в художественной кинокритике признать свою маргинальность трудно. Впрочем, оптимальный вектор развития киноискусства заключается в соединении магистрального и маргинального в едином зрительско-творческом русле кинокоммуникации.

С социологической точки зрения, авторитарная социально-эстетическая критика не имеет под собой научных оснований. Говоря словами П. Бурдые, она «неявным образом устанавливает в качестве всеобщей нормы любой практики, претендующей на статус эстетической, специфические характеристики опыта, являющегося результатом привилегии, то есть исключительных условий»³. Но единых, всеобщих норм нет и в «привилегированной» – профессиональной – среде практиков и теоретиков искусства. Примечателен в этом отношении вопрос, который задает Э. Володарский. «Я, – заявляет он, – пересмотрел очень много фильмов, представленных на «Золотого Орла» и просто панически испугался за наш кинематограф, за его состояние. И это были фильмы, которые наша критика относит к арт-хаусу. Я все-таки прошу

¹ Ibid. P. 486–488.

² Ibid. P. 3.

³ Бурдые П. Исторический генезис чистой эстетики // Новое литературное обозрение. – 2003. № 60. – С. 17–29.

мне как-то разъяснить, что это такое? Чем они отличаются от других фильмов, кроме как: а) отсутствием всякого режиссерского образования; б) отсутствием всякого сценарного образования. Ну, операторы еще молодцы... А все остальное – это же ужасно»¹. Киносценарист пытался уяснить объективную истину, а она в данном случае относительна в том смысле, что «легитимной», правильной становится точка зрения тех, у кого больше культурной власти. «Если и существует истина, – справедливо отмечает П. Бурдьё, – то она состоит именно в том, что истина является ставкой в борьбе. Различные или противоположные классификации и суждения агентов, вовлеченных в художественное поле, несомненно, обусловлены или направляемы диспозициями и специфическими интересами, связанными с позицией в данном поле и с точкой зрения. Несмотря на это, они все равно формулируются с претензией на универсальность и абсолютность, которая отрицает их социальную обусловленность и относительность точек зрения»². Авторитарная социально-эстетическая критика утопична по своим целям. Культуртрегерство, безусловно, необходимо, но его осуществление в мире кино не должно принимать форму эгоистического диктата и, тем более, питаться энергией эстетического снобизма, что происходит довольно часто (например, вызывающе высокомерная творческая установка и формула «кино не для всех»).

Массмедиа – катализатор социальной функциональности кинокритики. Влияние профессиональной кинокритики на публику и кинематограф осуществляется по каналам массмедиа. Сам факт предоставления критику общественной трибуны есть акт его медийно-институционального признания. Постоянно создавая критику возможности доступа к широкой публичности, массмедиа соучаствуют в обретении им также более широкого общественного признания, более влиятельного социального статуса и символического капитала. Благодаря массмедиа индивидуальная точка зрения становится частью «массовой информации», достоянием публики, включая профессиональную. Медийная публичность и признанность критика – механизмы своего рода социальной возгонки его оценочных суждений о фильмах. Способствует этому и тот факт, что влияние взглядов критика преломляется через авторитет и существующую социальную функциональность массмедиа. Правда, медийная функциональность сегодня во многом подчиняется коммерческим соображениям, но связанную с этим кинокритику мы не рассматриваем.

Оценка критика, ставшая достоянием массмедиа, выходит на уровень *институционально-общественной*, становится социальным фактом в дюркгеймовском его понимании. Она обретает убедительность и влияние, которых, возможно, объективно и не заслуживает. Л. Толсто-

¹ СК-Новости. – 25.07.2011. – С. 12.

² Там же.

му принадлежит глубокое социологическое обобщение, свидетельствующее о возможности влияния оценок критики на судьбы искусства: «Всякое ложное произведение, восхваленное критиками, есть дверь, в которую тотчас врываются лицемеры искусства»¹. Мысль Л. Толстого справедлива в отношении любой критики – официальной, художественной, зрительской и т. д. Вопрос в способности соответствующего субъекта критики, обусловленной его положением в обществе, широко открыть дверь субъекту кинематографического действия.

Проблема, как видим, в том, чтобы отделять зерна от плевел, подвергать медийной возгонке именно заслуживающие этого критические суждения. Здесь возникает вопрос о том, что представляет собой идеальное кинопроизведение. И можно ли дать во всей его полноте истинный ответ на этот вопрос, оставаясь в пределах искусствоведения?². Многогранное бытие кинематографа ведь реалиями собственно кинотворчества не исчерпывается. Предметное позиционирование критики лишь в этих узких границах не означает избрания лучшего для общества варианта ее функционирования.

Профессиональная критика, позиционирующая себя в качестве художественной и базирующаяся лишь на эстетических канонах, способностью широко открывать дверь субъекту кинематографического действия не обладает, что вполне естественно. Функционирующее в обществе кино как одно из направлений коммуникативной практики людей – многовекторный социально-функциональный «дискурс» (Фуко). Включаясь в кинокоммуникацию, люди решают далеко не только эстетические задачи. Они создают значимую в культурном и идеологическом отношении картину мира, осуществляют свое моральное и физическое воспроизводство, выполняют определенную экономическую деятельность. Эстетика фильма вплетена в запутанный клубок зависимостей, находится под их влиянием. В «препарированном» виде глубоко и адекватно понять ее невозможно. Тем не менее, базирующаяся на эстетических принципах художественная критика кино к оценочным действиям по принципу *pars pro toto* тяготеет. Столь важная в нынешней киноситуации социально-нравственная функция кинокритики должным образом не осуществляется. И происходит это уже потому, что теоретическим основанием для нее является кантовское представление о способности человеческой души к незаинтересованному, самоцельному удовольствию – к удовольствию, возникающему в результате свободной игры воображения и рассудка при восприятии красоты. Собственно, красивым конкретный объект мыслится постольку, поскольку сама его форма безотносительно к ее содержательному наполнению и без желания овладеть им вызывает ощущение удовольствия. Но не ли-

¹ Толстой Л.Н. Что такое искусство? – М.: Современник, 1985. – С. 141.

² См. об этом: Жабский М.И. Как возможно «свое» конкурентоспособное кино // Вестник ВГИК. – 2013, № 15. – С. 109–111.

шен ведь глубокого смысла вопрос поэта Н. Заболоцкого: ...что есть красота / И почему ее обожествляют люди / Сосуд она, в котором пустота, / Или огонь, мерцающий в сосуде?

Опираясь на концепцию эстетического суждения Иммануила Канта, причины любви миллионов, а точнее – миллиардов людей к кино и последствия их погружения в его мир критик адекватно понять не может. А как без этого, будучи посредником в потоке кинокоммуникации, рассчитывать на адекватную оценку фильмов, созданных для зрителей, репрезентирующих общество в акте кинопотребления? Критику, по сути, необходимо опираться на теоретические и прочие материалы целого ряда наук о человеке и обществе. Не последнее место среди них принадлежит социологии. Причина простая и достаточно очевидная. Как социокультурная реальность фильм не является чем-то застывшим. Это диалектический процесс. Он тоже проходит стадии возникновения и становления. Свою конечную смысловую и общественную форму фильм обретает не в процессе работы творческой группы над ним и не на экране, а в головах людей, сидящих перед экраном. Только на этой фазе становления фильм из закодированной или реальной физической игры света, тени и звука в кинозалах превращается в явление духовное, общественное. В качестве такового его и необходимо оценивать во всей полноте общественной значимости, что требует опираться на социологически фундированную киноэстетику. Критик, как и публика, оценивает фильм не в экранном его бытии, а в ментальном – как феномен, возникший в собственной голове. Опираясь на социологически фундированную киноэстетику, он не будет особенно склонен отворачиваться от реального, по крайней мере, в той или иной мере образованного зрителя¹.

Ведь подлинную красоту в кино, но в формах простоты, он не отвергает, к художественному качеству фильма чувствителен. Восприимчив он и к серьезному, но близкому и понятному ему интеллектуальному содержанию кинопроизведения, художественному воплощению нравственных ценностей в особенности. Вопрос в том, чтобы доступность к содержащимся в фильме смыслам не блокировалась кодами, сознательно рассчитанными на профессиональное или профессионализированное восприятие. Кодами, принципиально превосходящими естественные – с точки зрения реальной социальной обусловленности – возможности их декодирования широким зрителем.

Социологически ориентированная кинокритика предполагает комплексную оценку фильма вместо сугубо художественно-эстетической, предмет которой, по сути, ограничивается художественной формой произведения. Взгляд оценщика направлен на конечный результат, далеко не одномерный. Социологически ориентированная кинокритика контекстуальная в том от-

¹ Социологическое исследование, проведенное нами в 2016 г. в трех кинотеатрах (пять кинозалов) г. Кирова показало, что как минимум две трети публики имеют высшее, незаконченное высшее или среднее специальное образование.

ношении, что предполагает вскрытие и понимание смысла фильмов в жизни людей, которые их смотрят, в контексте общества, в котором они создаются и функционируют.

Выше отмечалось, что оценка кино в обществе осуществляется с позиций разных социальных субъектов. Теоретически профессиональная критика, охватывая разные интересы и точки зрения, способна взять на себя такого рода работу, в интегрированном виде выполнять ее по всей ширине и глубине. Это, в принципе, возможно при условии соответствующего расширения теоретико-методологической базы кинокритики – если отправной точкой в выборе ею критериев интерпретации и оценки будет не только и даже не столько киноведение как отрасль традиционного искусствознания, сколько многодисциплинарная социальная наука. Со времен Э. Дюркгейма известно, что социальное необходимо объяснять социальным. Оно же является также важным критерием критических суждений, нацеленных на выявление некоего коэффициента комплексной общественно-полезной значимости фильмов. Если кинопроизведение не имеет видимых художественных достоинств, традиционная художественно ориентированная критика лишается своего специфического предмета и зачастую принимает форму «критики-пересказа» фильма. Социологически ориентированная критика, отнюдь не сбрасывающая со счетов художественное качество фильмов, без предмета анализа и оценки в этом случае не остается. Если фильм привлекает широкую публику, важно понять по какой причине и донести это понимание до практиков кино и зрителей. Коль скоро от российских картин многие зрители сегодня отворачиваются, отдавая предпочтение голливудским, то важно вскрывать и доносить до профессионального сознания кинематографистов причины – художественного характера, в частности – такого положения вещей. Суть вопроса в том, чтобы взвешенно учитывалась интегральная общественная ценность, отдача кинопроизведений – художественно-эстетическая, социальная в узком смысле («зрительская»), культурно-идеологическая и коммерческая. К этому, собственно, и сводится целесообразность обращения к комплексной оценке фильмов, которую в свое время настойчиво пропагандировал видный российский киновед Н. Лебедев.

Литература:

- *Бурдые П.* Исторический генезис чистой эстетики // Новое литературное обозрение. [Текст] – 2003. – № 60. – С. 17–29.
- *Данкан Х.Д.* Социология искусства, литературы и музыки: социальные контексты символического опыта / Беккер Г., Босков А. Современная социологическая теория в преемственности и изменении. [Текст] – М., Прогресс, 1961. – С. 544–561.
- *Жабский М.И., Тарасов К.А.* Развитие киноведения в институционально-контекстуальной перспективе. [Текст] // Культура и

искусство. – 2015. – № 1. (25). – С. 16–31. DOI: 10.7256/2222-1956.2015.1.13481

- *Жабский М.И.* Как возможно «свое» конкурентоспособное кино. [Текст] // Вестник ВГИК. – 2013, № 15. – С. 108–125.
- *Жабский М.И.* Художественно-коммуникативная природа киноискусства. [Текст] / Сборник научно-популярных статей – победителей конкурса РФФИ 2008 года. Выпуск 12. Часть II. – М.: Изд-во «Октопус», 2009. – С. 164–170.
- Методологические проблемы художественной критики. [Текст] / Отв. ред. А.Я. Зись. – М.: Искусство, 1987. – 334 с.
- *Михаил Ямпольский:* что такое кинокритика. Режим доступа: <http://os.colta.ru/cinema/events/details/35533/?expand=yes> (дата обращения – 13.03.2017).
- *Толстой Л.Н.* Что такое искусство? [Текст] – М.: Современник, 1985. – 593 с.
- *Bourdieu, P.* Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste. [Text] – Cambridge, MA: Harvard Univ. Press, 1984. – 613 p.
- *Hofmannsthal, H.* Der Ersatz für die Träume / Kein Tag ohne Kino. Schriftsteller über den Stummfilm. Textsammlung. [Text] – Frankfurt am Main: Deutsches Filmmuseum Frankfurt, 1984. – 550 S.

Theory and practice of modern mass media

V.S. Khelemendik

Informational globalism and informational identity

The article attempts to define such terms as “informational globalism” and “informational identity”. To solve this task a considerable amount of empiric material has been drawn including publications, television and radio programs.

Key words: globalization, westernization, information warfare, informational globalism, informational identity, state nationalism, ethnic nationalism, geopolitics, mass culture, reality show, values.

E.I. Bulatova

Foreign mass media coverage of informational operation “Planting of the flag of the Russian Federation on the bottom of the Arctic Ocean”

Foreign mass media coverage of Russian informational operation on planting of the flag of the Russian Federation on the bottom of the Arctic Ocean is considered. Mechanisms of information warfare that are used by foreign mass media to discredit actions of Russian explorers are analyzed. Stereotypical perception of flag planting as a mechanism of territorial expansion characteristic of postcolonial society of America, Canada and Australia are studied.

Key words: information warfare, informational operations, Russia’s Arctic claims, geopolitical interests, “law of discovery”.

Mass media and society

E. Ya. Dugin

Regional television: development strategies or destiny?

. The article analyzes communicative strategies of regional television development in the context of transition of national media system to digital technologies.

Key words: communicative strategies, media system, regional television, digital technologies.

D.V. Valovoy

Current world economy – speculation and fraud

Nowadays leaders including heads of states and scientists around the world are breaking their heads over increasing GDP rates. Journalists are echoing them. However neoliberal approaches based on false GDP are inherently corrupt and attempts to improve them are doomed from the start. It is a misconception. There's a need for a new system of estimating social and economic dynamics while speculations and fraud in market activities shall be strictly prohibited.

Key words: *economy, economics, GDP, classical and neoliberal approach, degradation, new system of indicators of social and economic dynamics.*

B.D. Gajmakova

Drama of television speech genres

The article focuses on the need to increase audience impact by speech means. There are several directions of addressing this issue. One of the main ones is the use of drama elements in conversational genres, which do not have actions but feature intellectual research. This is the general idea of the article.

Key words: *speech genres, drama, composition, public speech, artistic and expressive means, journalism, improvisation.*

A.M. Tsyganenko

Printing industry looks to the future

Despite complicated economic environment in most of the world countries printing industry is optimistic about its development perspectives. Internet and digital technologies, label and package production, functional printing and 3D printing promote development of printing.

Key words: *printing industry, prognosis, analytics, printing market*

L.A. Kokhanova

On the issue of terminology in the media: the territorial principle

The article deals with the transformation of the term "local media". The notion of minilocal media is introduced. This article dwells on the study of interaction of tra-

ditional mass media and social networks in its multifaceted nature and as a unified information and communications system, as well as on attributes emerging in the process. The research has been conducted by students of the Faculty of Journalism of Lomonosov Moscow State University within the framework of special workshops. It can be stated on the basis of obtained data that in the course of using social networks by journalists a new editorial specialization is formed that has already been given a name of a SMM-manager.

Key words: *new editorial specialization, social media marketing manager, SMM-manager, information and communicative system, modern computer and information technologies, journalist, journalism, blogosphere, social networks.*

N.I. Azhgikhina

Two countries – one profession

The article presents a brief analysis of the experience of today's only sustainable program for cooperation between professional communities of Russia and Ukraine. The author pays special attention to such issues as professional solidarity, the role of international organizations in protecting and ensuring safety of journalists, mass media workers, as well as to counteraction to violence and hate propaganda, conformance to professional and ethical standards.

Key words: *professional standards, journalists' ethics, journalism during conflict, information warfare, professional solidarity, journalism and propaganda.*

History of journalism

A.V. Cherniak

Print media – agitator and organizer of revolutions in Russia

The 100th anniversary of February and October revolutions in Russia is approaching. The author attempts to give interpretation of who ignited the revolutions based on today's perspective and new materials that have become available to the public. Following the analysis of documents and academic papers, printed press and memoirs, i.e. recollections of the participants of the events it is concluded that print media played a major role.

Key words: *1917, revolution, power, Provisional Government, Soviets, press, journalism.*

Political science

Yu.D, Granin

“The West” and alternative modernization strategies

The article analyzes capacity of new industrial countries of various world regions to work out development strategies that are alternative to western modernism. China, India and Japan prove to be the most successful in this field having implemented modernization using their own civilizational basis. Russia hasn't yet succeeded in creating its own modernization model. It implements the strategy of “catching-up development” because the authorities and the elite are under the charm of liberal theoretical clichés and have lost the skill of understanding a complex structure and significance of social functions of education and science.

Key words: *globalization, westernization, modernization, science, education, civilization, economy.*

A. Yu. Bykov

Mass media in the US in the context of political polarization of the American society

The article considers features of political polarization of American society and work of US mass media in this context. A review of scientific publications and results of opinion polls and other studies estimating the specified tendencies are presented. Factors that influence political differentiation of public sentiments and mass media attitude are identified. It is stated that polarization and opposition of power actors, social groups and mass media in modern America doesn't essentially affect the sustainable development of American political process.

Key words: *American mass media, politics, ideology, journalism, political polarization*

Sociology of mass communications

M.I. Zhabsky

Film criticism from a sociological perspective

Film criticism is examined as one of the institutions of social control in the structure of cinematographic communication. Primary focus is on the contradiction between com-

plex social nature of the cinema and gravitation of the prevalent direction of professional criticism towards “pure look” at its art products. Mass media are considered as a mechanism of acquiring a status of influential social institution by film criticism. Emphasis is placed on the complex nature of cinematographic process as well as the associated role of social science as a part of theoretical and methodological foundations of film criticism.

Key words: *cinema, film, public, communication, subculture, social control, criticism, “pure look”, mass media, aesthetics, sociology.*

Журнал «Журналист. Социальные коммуникации» зарегистрирован
Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций.
Свидетельство о регистрации средства массовой информации
ПИ № ФС77-66931
от 22 августа 2016 года

Учредитель: Автономная некоммерческая организация
«Институт региональной журналистики»

Главный редактор Черняк А.В.
Адрес редакции: 119019, г. Москва, Никитский бульвар, дом 8-а, стр.1,
Центральный дом журналиста, офис 305

e-mail: journalist-vak@yandex.ru
Тел. (499) 152-88-71, доб. 421 или +7 910 436 05 92

Ответственный секретарь: Антоновская Ю.Н.
Оформление: Колышев Е.В.
Верстка, корректура: Антоновская Ю.Н.
Подписано в печать 02.05.2017
Формат 70x108/16
печатных листов
Тираж 560 экз.
Заказ №

Отпечатано в ФГУП Издательство «Известия»
Управления делами Президента РФ
127994, Москва, Пушкинская пл., 5

При использовании материалов ссылка на журнал
«Журналист. Социальные коммуникации» обязательна.

ISSN 2221-6073



9 772221 607771 >