

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 (29) 2018

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

Головко Сергей Боризельевич – 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 ком-

муникаций, 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	
<i>Черняк А.В.</i>	
Журналистика и идеология. (Статья первая).....	5
<i>Калмыков А.А.</i>	
Коммуникационная глобализация: стадии развития способа информации.....	26
<i>Губанова М.И.</i>	
Журналистика фактов или мнений: консолидация или противостояние?	33
<i>Бочков С.И.</i>	
Окинавская хартия глобального информационного общества: гуманитарные проблемы правового регулирования коммуникаций.....	42
СМИ и общество	
<i>Кажберова В.В.</i>	
Общественное здоровье как проблемно-тематическое направление СМИ: новая заявка для информационной повестки.....	57
<i>Голубева А.А.</i>	
Медиа-2017.....	66
Медиаобразование	
<i>Дугин Е.Я.</i>	
Дополненная реальность дополнительного образования в журналистике.....	76
<i>Коханова Л.А., Черешнева Ю.Е.</i>	
«Диалог журналистских поколений» как формат проектного обучения (к вопросу о методике преподавания журналистики).....	93
Социология массовых коммуникаций	
<i>Свитич Л.Г, Замотина Н.Н.</i>	
Семья в объективе прессы.....	103
<i>Ефанов А.А.</i>	
Инфофриллинг как технология репрезентации телевизионных новостей.....	127
История журналистики	
<i>Мельников В.А.</i>	
Формирование образа России западной прессой в ходе военных кампаний XIX века: истоки противостояния	135
Практика	
Цена слова. Интервью с Горбаневским М.В.....	144
Аннотации к статьям номера (на английском языке).....	148

Журналистика и идеология. (Статья первая)

Черняк А.В., профессор, доктор исторических наук, заслуженный работник культуры России (журналистика); alcherniak@mail.ru

Человек рождается свободным, но тут же попадает в оковы идеологические, заметил в свое время Жан-Жак Руссо¹. И сегодня, как бы мы не ратовали за свободу, но даже в самых демократических странах человек в лучшем случае лишь процентов на 10 самостоятелен. Остальные 90 его сдерживают те самые оковы: нравственные принципы, законы, общество, людская молва... И главные узы – СМИ, которые пропагандируют ту или иную идеологию, формируют новую. Цель статьи – исследование понятия «идеология», анализ истоков его появления и сущности, а также содержательных аспектов некоторых идеологий, выявление их взаимосвязи с государством. Изучение места и роли СМИ в формировании идеологии и продвижение её в массы.

Ключевые слова: государство, идеология, СМИ, Конституция.

Человека формирует окружающая его реальность – семья, школа, коллектив; общение с друзьями, соседями, знакомыми; принятые законы и правила. Но основное влияние на него оказывает общественное бытие, оно определяет общественное сознание. Эту мысль высказали К. Маркс и Ф. Энгельс в «Немецкой идеологии», обосновав положение о решающей роли материального производства в истории человеческого общества.

Люди начинают отличать себя от животных с того времени, когда начинают производить необходимые им для жизни материальные средства, создавая, тем самым, и саму материальную среду. Способ производства является не только условием физического существования индивидов, но еще в большей степени, рассматривается как определенный способ их деятельности, образ жизни. Какова жизнедеятельность индивидов, таковы и они сами.

Что представляют собой индивиды зависит, следовательно, от условий материального производства, от тех отношений, в которые люди вступают между собой в процессе производства. Отсюда следует, что в основе изучения исторического пути развития общества должно лежать изучение экономических условий жизни человека, характерных для соответствующей эпохи, историю человечества всегда необходимо изучать и разрабатывать в связи с историей промышленности и торговли.

¹ Руссо Ж.-Ж. Эмиль, или о воспитании. Педагогические сочинения: В 2-х т. / Под ред. Г. Н. Джибладзе; сост. А.Н. Джуринский. М.: Издательство «Педагогика» 1981. – Т. 1, С. 8.

Существует неразрывная связь возникновения и развития языка с процессом трудовой деятельности людей. Подчёркивая единство языка и человеческого мышления, исследователи выдвигают важнейшее положение о том, что язык есть непосредственная действительность мысли, что он представляет собой практическое сознание. Производство является определяющей стороной деятельности людей и представляет собой отношение людей к природе, воздействия на природу. В процессе производства идет общение людей, обмен мнениями. Выяснение сущности и роли мышления, умственных потребностей, интересов, влечений и эмоций человека, показывает, что решающие причины их изменения и развития заключаются в материальной жизни общества¹.

История общества не история идей, деятельности или превратностей судеб исторических личностей, действующих по произволу своего ума и сердца. История общества имеет «земную основу». Это, прежде всего, история народа, его традиций, духовности, нравственных ценностей, развития экономики, законов страны, в которой живешь, словом, идеологии государства и то, как это преподносят власти с помощью СМИ. Но в России, как гласит статья 13 Конституции РФ: «Никакая идеология не может устанавливаться в качестве государственной или обязательной». Той же Конституцией признается «идеологическое многообразие»². Последующие постулаты Конституции опровергают вышесказанное. Положения из 1-го раздела, представляются проявлением совершенно определенной идеологии: «Человек, его права и свободы являются высшей ценностью» (ст. 2). «Носителем суверенитета и единственным источником власти в Российской Федерации является ее многонациональный народ» (ст. 3). «Российская Федерация – светское государство. Никакая религия не может устанавливаться в качестве государственной или обязательной» (ст. 14). «Религиозные объединения отделены от государства и равны перед законом» (ст. 14). Если это не идеология, то что?

На этот счет у российских СМИ есть две противоположные точки зрения. Одни утверждают, если в государстве существует одна идеология – это беда. Диктатура. Другие полагают, что многообразие идеологий есть бедлам.

Как тогда спланировать сограждан при многообразии идей и воззрений при отсутствии господствующей идеологии, национальной идеи? Не способствует ли это разобщению народов многонациональной страны?

История наполнена множеством примеров, когда именно идеология становится основой для вражды и начала войн. Государственная же (общенациональная), господствующая идеология, напротив, формирует чувство долга и ответственности перед обществом и государством,

¹ Маркс К, Энгельс Ф. Немецкая идеология. Избранные сочинения в 9-и т. М.: Политиздат, 1985. – Т. 2.

² Конституция Российской Федерации. М.: 1999. С. 7.

заставляя различные социальные группы и этносы признать превосходство интересов государства над частными интересами. Государство деградирует без единой идеологии, так как идеология – это средство духовного сплочения наций.

Государство и идеология должны существовать друг для друга. Но возможно ли это в современном мире? Конституция РФ позволяет главенствующей партии хранить свою идеологию в глубокой «тайне». Но на самом деле такая тайна – секрет полишинеля, поскольку всем ясно, что реальной идеологией современной российской политической элиты – является потребительство: «Обогащайтесь, кто как может», «Разрешено всё, что не запрещено». Коррупция и терроризм две сестры-близняшки такой идеологии, выросшей на руинах развалившегося СССР. К сожалению, отсутствие понимания этого – характерная черта нынешней власти.

О понятии идеология

Если заглянуть в газеты, обратиться к телепередачам, посмотреть социальные сети, то найдём в них великое множество всевозможных идей, постулатов, воззрений, также, как и много определений самой идеологии. Посмотрим, как воспринимают данное понятие простые люди. Вот определение, данное Владимиром Леонтьевичем Бедулей, Героем Социалистического труда, председателем одного из лучших в бывшем СССР колхоза «Советская Белоруссия», который он возглавлял более 50 лет, высказанное на страницах еженедельника «Аргументы и факты». «Как вы понимаете идеологию?» – спрашивали у Бедули. А он: «Это такие порядки вокруг нас, понятные нам, которые нас и воспитывают»¹. По мнению известного российского строителя Георгия Елисеевича Романенко, которым он поделился с автором статьи, идеология – это свод правил поведения людей, идеологом, библейских заповедей. Анатолий Михайлович Леонтьев, правовед из Чувашии, считал, что идеология – это «какие-то идеи в голове каждого из нас, форма осознания своего бытия человеком, поведения в обществе». Москвич, политолог и социолог Немат Ибрагимович Закиров полагает, что идеология есть материал, распространяемый прессой, ораторами, идеологами для того, чтобы овладеть сознанием людей и манипулировать массами.

А вот определение понятия идеология, даваемое научными мужами. В научный оборот его ввел (1801 г.) французский философ-просветитель Антуан Дестют де Траси для обозначения учения об идеях, понимаемого им как учение об общих закономерностях происхождения идей из содержания чувственного опыта. Учение основными принципами должно было служить руководством, как в науке, так и в социальной жизни, поэтому де Траси видел в идеологии систему знаний

¹ Аргументы и факты, 2017, № 20.

первооснов морали, политики, права. Он и его сподвижник Кондильяк, пытались оказать влияние на политику. Их последователи поспешили объявить идеологию наукой наук. Однако далеко не все согласились с такой точкой зрения, часть учёных считает, что подобной науки не существует, хотя идеология, как таковая, реально в жизни была, есть и будет.

Свой вклад в содержание понятия «идеология» внесли К.Маркс, Ф. Энгельс, В.И. Ленин, Л. Альтюссер, А. Грамши, К. Мангейм, Р. Барт, К. Поппер, Э. Фромму, К. Гирц, А. Лифевр, А.Зиновьев и другие. Так, идеология по К. Мангейму – предвзятое отражение социальной действительности, выражающее интересы определённых групп или классов, находящихся у власти и, тем самым, стремящихся сохранить существующий порядок вещей; противопоставляется утопии как потенциальной идеологии в этом смысле.

К. Маркс и Ф. Энгельс определили идеологию, как иллюзорное, ложное сознание, выражающее специфические интересы определённого класса, выдающиеся за интересы всего общества. Человеческое сознание, по их мнению, есть всего лишь нечто производное от человеческого бытия, а, следовательно, во-первых, никаких идей навязать людям нельзя, так как идеи диктуют им их бытие, а во-вторых, наука об идеях бессмысленна, нужна наука о самом бытии, т.е. об экономических основах всех идеологий. Государство же «первая идеологическая сила над человеком», – писал Ф. Энгельс в работе «Людвиг Фейербах и конец классической немецкой философии».

В.И. Ленин впервые использовал понятие «научная идеология». В его понимании носителем подлинно научной идеологии является не любой, а лишь самый передовой и сознательный класс – пролетариат. Его борьба за освобождение опирается на последние достижения науки, культуры и прогрессивной общественной мысли. Таким образом, Ленин поставил вопрос о революционной идеологии, как особом языке революционного класса, а не ложного сознания. Авангард рабочего класса не только реализует законы истории, но и просвещает массы, превращая научное знание в орудие политической борьбы. На протяжении всей советской истории марксистско-ленинское учение рассматривалось, с одной стороны, как научная основа коммунистического движения, с другой стороны, как идейное средство революционного преобразования общества, и стало государственной идеологией СССР.

Параллельно с тезисом о научности идеологии марксизма-ленинизма получало развитие противоположное мнение, выразителем которого стал социал-демократ Эдуард Бернштейн, утверждавший, что классовая борьба – это борьба интересов, а не принципов познания. Социализм, будучи революционным движением, не может обладать монополией на истину. Стремление партии подчинить свои действия целям идеального общества будущего провоцирует действия, целесообразность которых не доказуема, и тем самым превращает социализм в неосуществимый проект.

В обществе иногда гармонично, а порой и не совсем, уживаются разные идеологии. Некоторым направлениям уделяется больше внимания на протяжении долгого времени, в связи с чем, они успешно реализуются в социальной практике. Каждое политическое предпочтение носит сугубо индивидуальный характер, равно как и человек. Но в действительности число предпочтений вовсе не равняется числу людей, т. к. многие социальные группы схожи в своих взглядах. Даже несмотря на разногласия разной степени, касательно тех или иных вопросов, идеология способна объединять массы. За все время существования человечества были выработаны разные социально-политические концепции, и каждая из них имела своих сторонников. Что касается приверженности различным политическим предпочтениям, то решающими факторами здесь являются социальный статус, образование, возраст и общественные традиции.

Идеологии свойственно стремление к упрощению и желание выдать одну сторону действительности за всю картину. Упрощённые идеи легче воспринимаются массой, чем сложная система научных доказательств, кроме того, идеология выдвигает привлекательные (часто нереальные) идеи, которые воспринимаются народом.

Каждая идеология стремится к широкому распространению среди населения, она не может развиваться без пропаганды в массах. Пропаганды устной, или более масштабной, более эффективной, распространяемой СМИ. Всякая идеология преподносится так, что именно она даёт верное знание о мире. Различные политические компании стремятся к распространению в обществе своих оценок прошлого и настоящего, своего представления о будущем.

Идеология, превалирующая в том или ином государстве или обществе, становится господствующей, может быть, объявлена государственной, как в бывшем СССР, нынешнем Иране и в других тоталитарных государствах. Государственная идеология создается властью специально из набора идеологем, с целью выполнения главной функции, а именно: обеспечивать протекание процессов в обществе, государстве, в наиболее эффективном режиме и связности, с заданным ею содержанием, если последнее условие входит в идеологию, как составляющий ее атрибут. В рамках идеологии (в контексте осознания людьми собственного отношения к действительности, а также существа социальных проблем и конфликтов) содержатся цели и программы активной деятельности, направленной на закрепление или изменение данных общественных отношений. Ядром идеологии выступает круг идей, связанных с вопросами захвата, удержания и использования власти субъектами политики. Функция идеологии состоит не в том, чтобы предложить нам способ ускользнуть от действительности, а в том, чтобы представить саму социальную действительность как укрытие от некоей травматической, реальной сущности. Суть государственной идеологии сводится к подчинению людей и отправлению властных полномочий, содержится в принятых положениях и законах.

Идеология обществ не тоталитарного типа характеризуется наличием самого мощного в истории идеологического аппарата, определенным «рамочным» плюрализмом (запрет на идеологию национал-социализма и расизма, «не поощрение» коммунистических взглядов), религиозной терпимостью, «рассеянностью» во всем объеме вне идеологических феноменов и т.п.

В тоталитарных обществах идеология трансформируется в государственную религию с особыми догматами, священными книгами, апостолами, святыми, богочеловеками, литургией и т.д. Государство в этом случае выступает идеократической системой, в границах которой верховный жрец, могущий толковать и трансформировать постулаты идеологии, выступает и высшим чиновником, и политическим лидером.

Типы идеологий

Основные идеологии формировались веками. Сегодня СМИ в самом общем виде выделяют следующие:

- Левую;
- Правую;
- Центристскую;
- Консервативную;
- Религиозную;
- Глобалистскую.

В свою очередь, перечисленные типы идеологий подразделяются на: капиталистическую, либеральную, социалистическую, коммунистическую, анархическую, фашистскую, расистскую, гегемонистскую идеологии. В последнее время США утверждают свою идеологию – гегемонистский глобализм. Ратуя за новый мировой порядок, Америка объявляет, что она её ценности, жизненные интересы распространяются на всю планету.

Капитализм. Он главенствует на планете. Идеология его содержится в самом названии – капитал, деньги решают всё, обогащайся, кто как может. Есть «свободный рынок», там и крутись. Капитал определяет статус человека и способность выжить в джунглях бизнеса. Совесть перестаёт иметь значение, на смену ей приходит девиз «разбогатеи или умри».

При капитализме разрешено всё, что не запрещено. Отсюда однополые браки, общества гомосексуалистов и феминисток, требующих больше прав, культ потребления. Такое поведение граждан выгодно производителям, потому они продолжают его стимулировать. Граждане вымирают? Ну и ладно, есть мигранты, которые согласны работать за меньшую плату. Для государства больше нет народа, о котором оно якобы обязано заботиться, есть только расходный материал.

Левая идеология. Вышла из лона капитализма, после французской революции 1789-1799 гг. Депутаты, приверженцы радикального изменения существующего строя, рассаживались в левом крыле парламен-

та. С тех пор принято считать левыми тех, кто относится к прогрессистам, радикалам, «реформаторам». Левая идеология подразделяется на социализм и коммунизм, которые, в свою очередь, формируют ряд других идеологических ответвлений.

Социализм, как идеология, основывается на идеях социалистов-утопистов, провозглашавших равенство людей и справедливость в обществе. Равенство в их понимании – это сохраняемые на государственном уровне равные возможности для всех членов общества. Высшей ценностью в социалистической идеологии является коллективное благо, достижение которого допускает принесение в жертву любых индивидуальных интересов.

Социалисты поддерживают идеи большого государственного сектора, национализации всех монополий (включая жилищно-коммунальную сферу и добычу важнейших природных ресурсов) и социальной справедливости. Они являются сторонниками государственного финансирования всех демократических институтов, включая СМИ и политические партии. Идеологи социализма полагают, что только государственный надзор над распределением доходов может обеспечить справедливость и всеобщее материальное благополучие. С их точки зрения, либеральная экономическая и социальная политика создаёт предпосылки для экономических кризисов.

Этим социалисты отличаются от приверженцев социального либерализма, которые предпочитают значительно меньшее вмешательство со стороны государства, например, путём регулирования экономики или субсидий. Исторически платформы социал-либералов и социалистов вплотную примыкали друг к другу и даже частично перекрывались. В силу падения популярности социализма в 1990-е годы, современная «социал-демократия» стала всё больше смещаться от демократического социализма в сторону социального либерализма.

Коммунизм, как идеология, базируется на марксизме, который в XIX веке в противовес либерализму провозгласил популярное в то время учение о необходимости построения более справедливого общества. Он способен покончить с эксплуатацией человека, преодолев все виды отчуждения простых людей от власти, собственности и результатов труда.

Анархизм (от греч. *anarchia* – безначалие, безвластие) идейно-политическое течение, отрицающее необходимость всякой власти. Теоретики его проповедуют неограниченную свободу личности, непризнание общего для всех порядка в отношениях между людьми. По их мнению, основной задачей социальной революции является установление без государственного общественного строя, в котором решающую роль будут играть федерации, союзы, автономные производственные ассоциации, коммуны, провинции и самоуправляемые социальные общности. Отсутствие какого-либо принуждения в отношениях между людьми может породить подлинный общественный порядок, основанный на

свободном самоуправлении и взаимодействии всевозможных ассоциаций индивидов. Именно в таком смысле следует понимать широко известный девиз сторонников этого движения: «Анархия – мать порядка».

Либеральная идеология появилась в XVII веке, когда шла борьба с пережитками феодализма, характерными для того времени. Основные принципы данного учения внесены в «Декларацию прав человека и гражданина» образца 1789 года, а также в Конституцию Франции 1791 года.

Либерализм провозгласил индивидуализм. Главенствующим звеном в учении считаются экономические свободы, то есть возможность делать то, что приносит тебе прибыль. Основным принципом либерализма является приоритет частной собственности перед государственной. Кроме индивидуальной свободы гражданина, либерализм предполагает разделение гражданского общества и государства, правовое равенство людей, свободные выборы для всех институтов власти, гарантия невмешательства в частную жизнь со стороны государства. Либералы исповедуют индивидуальную свободу, даже если она противоречит обществу с его традициями. Базисная ценность либерализма – свобода личности, которая может быть ограничена только выражением свободы воли других индивидов.

Классическая либеральная идеология ведет к некоторым негативным явлениям: расслоению общества на богатых и бедных, неограниченной конкуренции, поглощению малых организаций более крупными, преобладанию монополий, что противоречит основным идеям либерализма.

После Октябрьской социалистической революции в России некоторые свои идеи либералы пересмотрели. Появился **неолиберализм**. Он отличается от классического учения тем, что предполагает согласие между подчиненными и управляющими, несет в себе идеи обязательности участия граждан в политической жизни, расширение их определенных социальных прав, в частности, право на пенсию, на труд и образование. Учение предполагает защиту людей от различных негативных последствий и влияний рыночной системы, служит как бы фундаментом для образования государства, которое обеспечивает правовое равенство граждан, нормальное развитие рыночной экономики и гарантию предоставления основных свобод каждому человеку¹.

Идеологические составляющие классического либерализма, по мнению многих исследователей это:

* индивидуализм как основополагающий моральный, политический и экономический принцип;

* личность не только свободна от рождения, но и самоценна по отношению ко всем общественным институтам. При этом идеал свободы, противостоящий феодальным ограничениям, введен в рамки

¹ См. подробнее: <http://fb.ru/article/43450/liberalnaya-ideologiya>.

закона (конституционализм, разделение властей, принцип сдержек и противовесов);

* уважение со стороны государства и его равное отношение к любому индивиду;

* принцип добровольного согласия подчиненных для власти над ними;

* идеал прогресса и рационализм, т.е. вера в прогресс и способности человеческого разума; вера в возможность рационального постижения и переустройства мира;

* терпимость и плюрализм.

Важнейшими свободами в современном либерализме признаются свобода слова, выбора религии, равно как и свобода избирать себе представителей на честных выборах. В экономическом отношении принципами либерализма являются неприкосновенность частной собственности, свобода торговли и предпринимательства. В юридическом отношении принципами либерализма являются верховенство закона над волей правителей и равенство всех граждан перед законом вне зависимости от их положения и влияния.

Современный либерализм также отдаёт предпочтение открытому обществу, основанному на плюрализме и демократическом управлении государством, при условии неукоснительного соблюдения прав меньшинств и отдельных граждан. Государственная власть существует только для блага граждан, может осуществляться исключительно на основе общественного консенсуса, должна содержать элементы социального государства, включая государственное пособие по безработице, приюты для бездомных и бесплатное здравоохранение. С точки зрения марксизма, главным недостатком либерализма является неравномерное распределение материальных благ.

Марксисты утверждают, что в либеральном обществе реальная власть сконцентрирована в руках очень небольшой группы людей, которые контролируют финансовые потоки. В условиях экономического неравенства, равенство перед законом и равенство возможностей, остаются утопией, кроме того либеральная идеология поощряет эксплуатацию человека человеком. Марксизм, наоборот, сводит противостояние между обществом и государством к противостоянию между классами, основанному на отношении к средствам производства. Сторонник либеральной экономики Ф. Хайек критикуя марксизм, заявлял, что жёсткое государственное регулирование требует ограничений в размере зарплаты, в выборе профессии и места проживания, а в конечном итоге ведёт к уничтожению личной свободы и тоталитаризму¹.

Критикует идеи либерализма и Русская православная церковь, поскольку, как заметил в своём выступлении в Киево-Печерской лавре

¹ URL: https://www.syl.ru/article/194164/new_chno-takoe-liberalizm-i-v-chem-ego-osobennosti

Патриарх Кирилл, исторически либерализм ставил перед собой задачу бороться с тиранами, с тиранией, под которой подразумевались монархия и Церковь. Противоречия углубились с возникновением постмодернистского либерализма. Патриарх считает размывание понятий добра и зла прямым следствием постмодернистского либерализма. В исчезновении различий между добром и злом он видит апокалипсис.

Отдельной критике подвергается защита прав меньшинств, по мнению ряда исследователей, входящая в конфликт с правами других людей. Согласно этому аргументу, вместо защиты прав и свобод человека либерализм перешёл к защите прав заключённых, сексуальных меньшинств, умалишённых и других категорий граждан, чьи права именно потому и поставлены под вопрос социальными институтами, что входят в конфликт с правами других людей.

Сторонники центристской ветви идеологии считают, что достижение социального равенства в обществе не допускает насилия и революционных мер – политические и экономические позиции буржуазии способны поддаться устранению без кровопролития, под действием демократического давления.

Правая идеология ставит экономические или национальные цели выше общественного блага и общепринятых ценностей, таких как равные права человека или шансы в достижении целей для всех слоев населения. Во времена французской революции в 1789-1799 гг. правыми считались политики, предпочитающие консервативную точку зрения, кого устраивало существующее положение дел.

Консерватизм (от лат. *conservo* сохраняю) – приверженность традиционным ценностям и порядкам, социальным или религиозным доктринам. основополагающей практической идеей консервативной идеологии является традиционализм – установка на сохранение и защиту старых образцов, способов жизни, ценностей, признаваемых всеобщими и универсальными. Наиболее эффективной основой управления государством является сочетание конституции с традицией. Идеологи-консерваторы отдают предпочтение идее практического действия, философии прагматизма, приспособлению обстоятельствам, т.е. оппортунизму. Прагматизм, оппортунизм, ориентация на компромиссы – важные установки консервативного мышления.

Современное течение неоконсерватизма отождествляет теоретические идеи и практические установки классического консерватизма, однако обнаруживается разнообразие оттенков, переходных ступеней, расхождений и т.д. Практическим ориентациям неоконсерваторов при всей их противоречивости нельзя отказать в гибкости, так как нацелены они на консолидацию наций и государств на консервативной основе, объединение не только бизнеса, но также фермеров, рабочих, интеллигенции и преодоление элитарного характера старого консерватизма. Значительное место в конструкциях неоконсерваторов занимают проблемы равенства, власти, демократии, государства. В идеологии нео-

консерватизма также утверждается вера в естественный закон, не зависящий от воли людей, выражается убеждение в том, что человеческое общество представляет собой своего рода «духовную корпорацию», фактически такую же, как церковь. Порядок, справедливость и свобода объявляются продуктами очень длительного развития человеческой истории. Для неоконсерватизма важна вера в многообразие, сложность и непознаваемость установившихся социальных институтов и форм жизни. Согласно их представлениям, для сохранения «здорового» разнообразия в обществе должны существовать различные группы и классы, отличающиеся своим экономическим положением и многими другими формами неравенства, так как истинное равенство возможно только перед Богом.

Неоконсерваторы выступают за сильное государство, обеспечивающее соблюдение закона и прав человека, за приоритетность принципа свободы над принципом социального равенства, за общественный порядок, который реализуется через естественную социальную иерархию и сознательное выполнение каждым своих обязанностей перед обществом и самим собой. Выступают за ограничение вмешательства государства в рыночную экономику, за развитие предпринимательства, за создание благоприятных условий для накопления капитала путем снижения налогов и предоставления различных льгот частному капиталу, делая ставку на личностный фактор: личную инициативу, личную заинтересованность, личные возможности и личную ответственность.

Наиболее удачной формой эффективного развития экономики, на взгляд неоконсерваторов, – социальное рыночное хозяйство. В наши дни в их идеологии три краеугольных камня: принцип солидарности, в основе которого лежит представление о единстве труда и капитала; принцип справедливости, предполагающий «справедливое распределение доходов и собственности», «справедливую заработную плату», «справедливую налоговую политику» и другое; принцип субсидиарности, который означает помощь для содействия самопомощи и частной инициативе через социальное законодательство, налоговую политику и политику распределения доходов.

В соответствии с этими принципами человек должен сам решать свои социально-экономические проблемы, а задача государства – создать необходимые благоприятные условия для реализации частной инициативы. Таким образом, консерватизм как социально-политическое явление и идеология имеет социальное значение, поэтому может и должен в разумных пределах присутствовать в политической жизни каждой страны. Без консервативного начала невозможно обеспечить стабильность общества и его эволюционное развитие. Консерваторы во внутренней политике подчёркивают ценность существующего государственного и общественного порядка и отвергают радикальные реформы, расцениваемые ими как экстремизм. Во внешней политике консерваторы делают ставку на

укрепление безопасности, допускают применение военной силы, стараются поддерживать традиционных союзников, во внешнеэкономических отношениях отстаивают протекционизм.

Основой консерватизма, как идеологии, является принцип полного и безоговорочного следования традициям и обычаям, сложившимся в обществе. По мнению консерваторов, любое изменение есть социальное зло, несущее за собой неприятности и катастрофы.

Националистическая идеология делит людей по национальному признаку, более того, выясняя особое положение какой-либо нации. Национализм многолик и разнообразен как по содержанию, так и по формам проявления. Он может выступать и в облике фашизма и расизма, и под маской утонченной научности с позиции марксизма, либерализма, демократии. Национализм может выражаться в форме патриотизма и готовности на жертвы. Во имя собственной нации до крайнего воинствующего экстремизма. Основные идеи национализма – признание индивидуальности и особенности собственной нации и приписывание ей особой исторической миссии.

Радикальная форма национализма – **расизм**. Его идеология – это суждение о неравенстве людей различных рас. Расисты уверены, есть расы, которые по своему интеллектуальному и физическому развитию намного превосходят все остальные, а потому их представители достойны доминирующего положения в обществе. Так, американцы на протяжении почти всей своей истории ставили индейцев и негров на низшую ступень развития, отводя им роль рабов и людей «второго сорта». Деление на «белых» и «черных» существовало вплоть до второй половины XX века. Афроамериканцы долго не имели избирательных прав. В стране существовали заведения «только для белых», людям с темным цветом кожи отказывали в получении высшего образования и не принимали на высокооплачиваемые работы. В США почти на протяжении целого столетия действовала организация ку-клукс-клана, представители которой проповедовали идеи расизма и не гнушались идти на преступления ради превосходства белой расы. И лишь во второй половине прошлого века такое отношение претерпело существенные изменения.

Попытка обосновать расизм с научной точки зрения предпринята французским историком Жозефом де Гобино, выделившим в качестве господствующей нордическую расу – высоких бледнокожих блондинов с вытянутым лицом и голубыми глазами. Позже данное учение легло в основу официальной идеологии третьего рейха, когда арийцы, считавшиеся потомками нордов, были провозглашены высшей расой. К чему привело такое толкование теории Гобино, мы знаем из истории: массовое уничтожение евреев в гетто, принудительная стерилизация цыган, геноцид в отношении славян.

Итальянский фашизм, который, по словам лидера этого движе-

ния Бенито Муссолини, являл собой «третий путь», отрицающий как либерализм, так и коммунизм, равенство людей в правах. Фашисты стремились к государственному контролю над экономикой и централизованному регулированию всех аспектов жизни общества, утверждали приоритет общественных интересов над частными и подавляли личную свободу. С точки зрения либерализма, эти общие черты объединяли коммунизм, фашизм и нацизм в единую категорию – тоталитаризм.

В наиболее концентрированном виде идеи фашизма выражены в книге А. Гитлера «Майн кампф». Все народы на Востоке и Западе с его точки зрения следует считать «неполноценными», «нетворческими», «не имеющими государственно-политических способностей», т.е. народами рабов. Германцы, напротив, должны подняться над славянскими народами до положения единственного господствующего слоя, способного к образованию государства. Национальный вопрос германские лидеры решали через расовый подход, в буквальном смысле путем механической очистки расы и поддержанием расовой чистоты через отсеивание инородных элементов.

Важно отметить, что нацизм не является обязательной составляющей фашизма. Так, фашистские режимы Салазара в Португалии, Франко в Испании или Пиночета в Чили были лишены основополагающей для нацизма теории расового превосходства¹.

Религиозная идеология самая древняя. Её теоретики считают, что всё идёт от Всевышнего и перед ним все равны. Под религиозной идеологией понимается не религия в целом, а те её религиозные и политические аспекты, которые могут вызвать к жизни религиозное движение. Наряду с понятием «религиозной идеологии» в политологии религии разрабатывается понятие «политической религии». В этом понятии подчеркивается тесная взаимосвязь между религиозными и политическими способами мышления и действия.

Как видим, конфессий много, мировых же религий всего три: буддизм, христианство и ислам. И отличаются они своей масштабностью. Их исповедуют по всему миру, причем независимо от политических, национальных и культурных факторов. Скажем, христиан и мусульман очень много как в развитых европейских странах, так и в заброшенных поселениях Африки. Чего не скажешь о синтоизме или об иудаизме, чье влияние очерчено определенной территорией.

Самая древняя мировая религия – индуизм, возникший в 15 в. до н.э., и даже не язычество, появившееся еще раньше, а **буддизм**, зародившийся предположительно в VI столетии до н.э. на территории современной Индии. В основе буддизма лежат четыре истины: 1. Духка (страдание). 2. Причина страдания. 3. Страдание может

¹ URL.: <http://russian7.ru/post/fashizm-i-nacional-socializm-glavnye>

Основные религии мира и число их последователей на начало XXI в., млн. чел.			
Монотеистические религии	Примерная численность последователей, млн. чел.	Политеистические религии	Примерная численность последователей, млн. чел.
Христианство, в т. ч.	2000	Индуизм	812
<i>католики</i>	1058	Буддизм, в т. ч.	360
<i>православные</i>	215	<i>приверженцы махаяны</i>	202
<i>протестанты</i>	342	<i>приверженцы хинаяны</i>	137
<i>Англиканская церковь</i>	80	<i>приверженцы ламаизма</i>	22
Ислам, в т. ч.	1200	Сикхизм	23
<i>сунниты</i>	986	Джайнизм	4
<i>шииты</i>	190	Синтоизм	3
Конфуцианство	7	Традиционные верования	200
Иудаизм	14		

Страдание – это главная идея, которую содержит буддизм. Страдание может быть не только физическим, но и душевным. Уже само рождение человека является страданием, как и болезнь, и смерть, и даже неудовлетворенное стремление. Путь к освобождению от страданий, или Благородный Восьмеричный Срединный путь, лежит через отказ от земных страстей и удовольствий. Лишь при помощи медитаций и постоянного самоконтроля, как учит Будда, возможно достижение состояния гармонии – нирваны.

Христианство. Представители его верят в то, что мир создан единым предвечным Богом, и создан без зла. Главные идеи христианства: спасение через праведную жизнь, любовь к ближним, любовь к Богу, искупительная миссия Иисуса Христа, предстоящее второе его пришествие, страшный суд, небесное воздаяние и установление Царства небесного. Приверженцы христианства должны выполнять заповеди Христа, безропотно переносить тяготы жизни. Как за соблюдение, так и за несоблюдение всех правил христианам обещано воздаяние в загробном мире. Основным закон христианства – «каждому воздастся по его вере».

Христианская догматика рождалась несколько столетий. Сформированный Никейским и Константинопольским вселенскими соборами символ веры неоднократно дополнялся и исправлялся. При этом во все периоды формирования христианской идеологии, как между отдель-

ными христианскими объединениями, так и между отдельными теологами велись ожесточенные споры по различным вопросам понимания догматов. В результате христианство распалось на три основные ветви: католицизм, православие, протестантизм. В каждой из них началось формирование собственной, не во всем совпадающей с другими ветвями, идеологии.

Мы не ставим здесь задачу показать эти не совпадения, но отметим, что в основе христианского учения лежит Библия, или Священное писание. Церковь включила в Библию иудейский Ветхий завет. Исключительно христианской частью Библии является Новый завет (в него входят четыре Евангелия, повествующие об Иисусе Христе, Деяния апостолов, Послания апостолов и Апокалипсис). Общим признаком, объединяющим христианские вероисповедания, церкви, секты, является лишь вера в Христа, хотя и здесь между ними существуют разногласия.

Ислам. «Ряд событий последней четверти XX – начала XXI веков со всей очевидностью показал силу и влияние движений исламского радикализма (исламизма) и их порождения – религиозных экстремистов – в мусульманском мире, – полагает исследователь А.А. Петрухина. – Эти движения демагогически присвоили себе роль защитника интересов самых широких масс мусульман с тем, чтобы воспользоваться их силой для достижения определенных политических целей, главной из которых является устранение существующих режимов. Религиозные экстремисты потенциально опасны не только самим мусульманским странам, в которых они действуют, но и другим государствам и даже – целым цивилизациям. Именно поэтому не приходится сомневаться в том, что спокойствие мирового сообщества в XXI веке во многом будет зависеть от того, за кем пойдут более миллиарда мусульман. И если вспомнить, что из этого числа людей 85 % – бедняки, а 60 % – неграмотны, с большей долей уверенности можно сказать, что значительная часть этих людей пойдет за исламистами как за единственной, на их взгляд, силой, способной изменить что-либо в их жизни к лучшему»¹.

Идеология ислама изложена в Коране, после смерти основоположника этого учения Мухаммеда, по его высказываниям. Так же как и христианство, ислам стоит на позиции предопределения всего происходящего по воле бога. Ислам признает грядущий конец света и Страшный суд. Но в отличие от христианства, эти события не связываются с появлением мессии.

В основе ислама лежит поклонение единому всемогущему богу Аллаху и почитание Мухаммеда пророком Аллаха. Иисус Христос в Коране поставлен на очень высокое место в ряду пророков, однако его божественная природа отрицается.

¹ URL.: <http://mir-politika.ru/211-nekotorye-teoricheskie-osnovaniya-stanovleniya-i-rasprostraneniya-islamistskoy-ideologii.html>.

Религиозная литература ислама, созданная в последующие периоды, делится на Сиру – биографическую литературу, посвященную Мухаммеду, и хадисы – предания, описывающие реальные или вымышленные периоды жизни Мухаммеда. В IX веке шесть сборников хадисов были отобраны в Сунну – Священное предание ислама. Пять основных «столпов ислама»:

* Шахада – вера в то, что нет Бога кроме Аллаха, а Мухаммед есть посланник Аллаха.

* Салат – пятикратное ежедневное совершение молитвы.

* Закат – милостыня в пользу бедных.

* Сауи – пост в месяц рамадан.

* Хаджж – паломничество в Мекку, совершаемое хотя бы раз в жизни.

Мусульмане признают бессмертие души и загробную жизнь. Обстоятельно разработаны в исламе картины ада и рая. Эти места предназначены не только для воскресших, прошедших Страшный суд, но и для покойников, прошедших некий промежуточный суд и ожидающих окончательного расчета после воскрешения.

Обряд обрезания, видимо, проник в ранний ислам из иудейских общин. В настоящее время этот обряд считается обязательным условием для каждого мусульманина. Каждому мусульманину разрешается иметь одновременно четыре законные жены. Для развода мужу достаточно трижды произнести фразу: «Ты разведена». Несмотря на подобную простоту отношений, Коран запрещает прелюбодеяние. В повседневной жизни ислам имеет некоторые ограничения на еду и питье. Заимствовал из иудаизма запрет изображать живые существа. Вся правовая система заложена в особом своде правил – шариате. Почти во всех странах с преобладающим мусульманским населением ислам является государственной религией.

Ислам и иудаизм относятся к авраамическим религиям, происходя из общей древней традиции, восходящей к Аврааму. Поэтому есть много общих аспектов между этими религиями. Мухаммед утверждал, что вера, которую он провозгласил, есть не что иное, как чистейшая религия Авраама, впоследствии искажённая как иудеями, так и христианами.

Идеология глобализации. Её теоретики считают, что глобализация – это постепенное преобразование разнородного мирового социального пространства в единую глобальную систему, в которой беспрепятственно перемещаются информационные потоки, идеи, ценности и их носители, капиталы, товары и услуги, стандарты поведения и моды, видоизменяя миропредставление, деятельность социальных институтов, общностей и индивидов, механизмы их взаимодействия.

Большинство западных политологов и социологов трактуют процесс глобализации однозначно позитивно и оптимистически, полагая, что данный процесс приведет к консолидации мира и преодолению кон-

фликтов, подъему уровня жизни народов, социальной стабильности, всеобщему равноправию. Но если основательно вникнуть в данную трактовку, то социальная реальность оказывается гораздо сложнее, более противоречивой и непредсказуемой. Нельзя не замечать, что интенсификация транснациональных отношений, неизбежно снижающая статус национальных государств, их социально-политическую значимость, оборачивается противоположной тенденцией – усилением националистических ориентаций, подчеркнутым регионализмом многих слаборазвитых стран и возмущенных своим бедственным положением народов. Вследствие господства на мировых рынках транснациональных корпораций глобализация делает богатых богаче, а бедных беднее. По данным ООН, состояние трех самых богатых людей мира во втором десятилетии XXI века превысило совокупный валовой продукт 48 наименее развитых стран.

Но это только вершина айсберга. В его основании находятся мощные социально-экономические процессы. В результате распада Советского Союза и превращения двухполярного мира в однополярный, сформировалась подавляющая мощь Соединенных Штатов Америки, никем и ничем не уравновешиваемая, что позволяет им навязывать многим регионам планеты свою систему ценностей, брать на себя претензии защищать демократию «без границ», выраженные в доктринах «ограниченного суверенитета и регионального права». Причем эти обязательства США берут на себя от имени евроатлантической военно-политической организации НАТО, расширение которой на Восток (вместе со стремлением действовать в любой точке мира) следует рассматривать как целенаправленную стратегию навязывания политических и культурных ценностей одного государства всему миру.

Характерной чертой **гегемонистического глобализма**, как идеологии нового типа, отмечает Г.П. Хорина, является разрыв с существующей традицией¹. Если либерализм и неолиберализм базируются на некоторых общих ценностях (свобода, демократия, права человека, национальное государство, нация), то глобализм ставит под вопрос значимость этих ценностей, и в конечном итоге, он их отрицает, ибо современная глобализация предполагает ликвидацию государственных границ, сведение к минимуму роли государств, унификацию культур на базе ценностей американской массовой культуры, тотальный контроль над поведением индивидов, уничтожение институтов демократии. Таким образом, перед нами идеология, противостоящая тому проекту, по которому создавалось буржуазное общество. Это идеология, выражающая интересы узкой группы людей, обладающих экономическими, финансовыми рычагами, всей полнотой политической власти. Тенденции глобализации представляются как универсальный новый мировой процесс, новый мировой порядок, неотвратимость коего не должна вы-

¹ URL.: http://www.gatchino.com/knogg/2005_002.htm.

зывать возражений.

Господство США в XXI веке реализует себя как безличная «общая воля мирового общества», как «власть и нормы международного права». Международное право становится специфическим проявлением условий гегемонии в международном обществе. Оно представляет собой систему, которая функционирует и исторически развивается, начиная с момента провозглашения доктрины Монро и кончая Новым мировым порядком, посредством экспроприации суверенитета и суверенных прав других государств в контексте империалистического экспансионизма гегемона.

Для Америки, центра имперской гегемонии, весь мир становится периферией, руководство, влияние и господство над которой являются их миссией. Экспансией Соединенных Штатов стало увеличение их влияния в сферах социальных отношений через современную глобализацию. Глобализация стала формой имперского доминирования США в мире, предоставив в их распоряжение экономические, финансовые, интеллектуальные мировые ресурсы и поставив их самих в зависимость от успеха направленности и контролируемости этого процесса.

Проанализировав вкратце основные аспекты различных идеологий, мы приходим к выводу, что идеология в целом признается объективным явлением, а не следствием или проявлением исторически преходящих заблуждений, злой воли, попыток намеренного манипулирования, хотя последнее превалирует.

В общепринятом толковании, идеология (греч. *ιδεολογία*: от греч. *ιδέα* – прообраз, идея; и *λογος* – слово, разум, учение) – одна из форм общественного сознания, совокупность системно упорядоченных политических, правовых, нравственных, религиозных, эстетических и философских взглядов, идей, выражающих интересы различных социальных классов и других социальных групп, на основе которых осознаются и оцениваются отношения людей и их общностей к действительности в целом и друг к другу. Иными словами, идеология – это взгляды людей на жизнь. Их принципы, воззрения, правила, убеждения, мировоззрение. Образ мыслей, символ веры, кредо, мирозерцание, миропонимание. При этом либо признаются и утверждаются установленные формы господства и власти (консервативные идеологии), либо обосновывается необходимость их преобразования и преодоления (радикальные и революционные идеологии).

Более расширенную трактовку понятия «идеология» дает известный отечественный исследователь М.А. Мунтян¹. По его мнению:

– идеология есть не просто система взглядов (любая наука и многое иное суть системы взглядов) и не только способ обеспечения социальных интересов. Идеология – это система взглядов, которая позволяет человеку и обществу ориентироваться в окружающем их физическом и

¹ URL.: <http://pandia.ru/text/78/061/15814.php>.

социальном пространствах, притом во всем диапазоне доступного им времени: от прошлого до будущего, от хронологического до исторического;

– идеология есть синтез накопленных к определенному рубежу знаний: практических и научных, универсальных и прикладных, общечеловеческих по сфере приложения и специфических для данного этноса, социума, общества. Ничто иное, кроме сознания личности, не обеспечивает такого синтеза знаний;

– идеология есть не просто синтез знаний, но такое их сочетание и взаимное дополнение, которое направлено на решение вставших в определенный исторический период задач организации, жизни и деятельности. Причем, что очень важно, даже задач, с точки зрения современного рационалистического сознания не очень прагматических, даже иллюзорных и иррациональных;

– идеология при выполнении всех вышеперечисленных функций обращается, в отличие от политических платформ, программ, разного рода планов, к макроуровню социальных явлений и процессов, концентрируясь при этом на самых долговременных их аспектах и проявлениях. В этом смысле идеология действует на самом верхнем для своего времени горизонте представлений, знаний и социального опыта человека, равно как и на самом высоком пределе масштабов стоящих перед ним задач;

– идеология, организуя определенным образом духовную сферу личности и общества во всех наиболее значимых ее компонентах, сплавливая воедино знания и опыт, вопросы и ответы, проблемы и решения, императивы этики и выживания, тем самым создает по отношению к личности и обществу мощную систему социальной мотивации и самоконтроля. Заменить ее не в состоянии никакие общественные институты ни врозь, ни все вместе (будь то право, полиция, фискальные органы и т. п.);

– идеология объективно выполняет крайне важную функцию высшей, психологической легитимации всего, с чем она имеет дело и что «одобряет» в содержательном плане: представлений о мире и месте человека в нем, общественного уклада и устройства, социальных отношений, определенных нравственности и морали, типов поведения и образа жизни и пр.;

– идеология, освящая некие реалии и идеальные модели как высшие, наилучшие или даже единственно допустимые, тем самым выступает как долговременный источник волевых импульсов к определенной общественной организации, ее поддержанию, развитию и экспансии, а также к определенным типам личного и социального поведения в рамках этой организации.

Основными аспектами идеологии, отмечают СМИ, в настоящее время выступают следующие факторы:

– развитие всех и всяческих коммуникаций, инфраструктур и отношений, возникновение такой степени социальной взаимосвязанности и взаимозависимости мира, когда многочисленные еще признаки со-

циально-исторической дикости личности, конкретных обществ перестают быть проблемами изолированных медвежьих углов и становятся общей проблемой всего человечества, так как угрожают безопасности, перспективам восходящего развития и самому сохранению жизни на планете;

– появление новых субъектов мировой экономики и политики (транснациональных корпораций, государств, межправительственных организаций), сочетание интересов, способностей и возможностей которых требуют от них и позволяют им действовать глобально в одной или нескольких сферах жизнедеятельности на повседневной основе.

– стабильные долговременные отрицательные экологические и иные последствия хозяйственной деятельности человека на планете, достигшие во второй половине XX века масштабов, чреватых опасностями не только близкого исчерпания не возобновляемых природных ресурсов, но и непрогнозируемой по ее последствиям мутации всей биосферы Земли, включая человека.

Идеология не рождается вдруг, она основывается на опыте человеческого бытия, постепенно созревает, исходит из познанной или «сконструированной» реальности, ориентирована на человеческие практические интересы и имеет целью управление людьми или манипулирование ими путем воздействия на их сознание. Базируется на том, что философы обозначили как людская «воля к вере».

Значительный элемент иррационализма, необходимо присущий любой идеологией, обуславливает и реальный облик ее творцов: по мысли французского мыслителя Гюстова Лебона, автора «Психологии народов и масс», гениальные изобретатели ускоряют ход цивилизации, фанатики и страдающие галлюцинациями творят историю.

Но идея влияет на человека, превратившись в чувство, становится материальной силой, когда захватывает умы многих, когда ею овладевают массы. При этом, в сущности, не имеет значения, ложная эта идея или истинная. Тот же Лебон отмечает: история нам показывает, что наиболее нелепые идеи (например, превосходство арийской расы над другими – Авт.) сильнее фанатизированы и играют в жизни наиболее важную роль¹. Во имя обманчивых химер мир до сих пор подвергается сильнейшим потрясениям: цивилизации, казавшиеся незыблемыми и вечными, рушатся. Их место занимают другие. Пример тому – СССР и его идеология.

С момента оформления идеологий по сей день все большую роль в политических процессах играют средства массовой информации. С одной стороны они аккумулируют новые идеи, участвуют в разработке новых идеологий, с другой – пропагандируют, распространяют, внедряют в умы людей уже сформированные идеологические воззрения.

¹ URL.: <http://www.psi-test.ru/pub/Lebon/3-3.html>.

Литература:

- *А. Дестют де Траси*. Основы идеологии. Часть первая: Идеология в собственном смысле слова. – М.: 2013.
- *В.Д. Зорькин*. Современный мир, право и Конституция. – М.: 2010.
- *Ж.-Ж. Руссо*. «Педагогические сочинения». – М. 1981., Т.1.
- *К. Маркс и Ф. Энгельс*. Немецкая идеология. Сочинения. Т. 17. – М.: Политиздат, 1961.
- *Ф. Энгельс*. Людвиг Фейербах и конец классической немецкой философии. Сочинения. Т. 21. – М.: Политиздат, 1961.
- Конституция Российской Федерации. – М.1999.
- *В. И. Ленин*. Что делать? Полн. Собр. соч., 5-е изд., М.: Политиздат, 1961, т. 6,
- *А.А. Петрухина*. Некоторые теоретические основания становления и распространения исламистской идеологии. // Россия и мусульманский мир. 2012. № 3.
- *Г. Лебон*. Психология народов и масс. Спб., 1995.
- *М. Карл*. Идеология и утопия .Избранное. М.: 1994.
- *М. А. Мунтян*. Геополитика. История и современность. В 2-х кн. – М.: 2009.
- *Г.П. Хорина*. Глобализм как идеология. // Журнал «Знание. Понимание. Умение». М. 2005.
- *А.Я. Флиер*. Мировые религии. Культурология. XX век. Энциклопедия. 1998.
- *Мангейм Карл*. Идеология и утопия. Избранное. – М.: 1994.

Коммуникационная глобализация: стадии развития способа информации (Удк 81)

Калмыков А.А., доктор филологических наук, кандидат педагогических наук, профессор кафедры теории и практики связей с общественностью факультета политологии и права ФГБОУВО «Российский государственный гуманитарный университет».

Статья посвящена анализу стадий развития способа информации. Выделено пять стадий. В этом процессе обнаруживаются некоторые общие тренды, в частности, увеличение системной сложности глобального коммуникативного пространства.

Ключевые слова: *коммуникационная глобализация, способ информации, гипертекст, технологическая сингулярность.*

Коммуникационная глобализация с ее проникающим всюду переформатированием сложившихся веками паттернов повседневности – цивилизационный вызов далеко еще не осознанный. Мы живем в исторический период, когда цифровая механизированная среда, с одной стороны, оптимизирует многие рутинные процессы, но с другой – парадоксальным образом подрывает статус человеческого интеллекта и авторитет разума, вызывая апокалиптические страхи. Одновременно с этим теоретико-методологическая рефлексия происходящего и построенная на ней прогностика элементарно не успевают за актуальными изменениями в техно-коммуникативном пространстве. Мир становится все более непредсказуемым, а в техно-реальности образуются новые не познанные области, к числу которых относиться глобальное информационно-коммуникативное пространство, и то, что называется медиированной реальностью.

Мы научились работать с гигантскими массивами неформализуемых данных (big data), создали самообучающиеся машины на основе нейросетей, на подходе превращение интернета веб 2.0 в семантическую сеть (веб 3.0), активно разрабатываются элементы нейроинтернета. Тем не менее, все это не позволяет предсказывать сколько-нибудь значимые события в социуме и политике. Общество, как и ранее, напоминает броуновское движение, изучением которого занимались такие ученые как А. Эйнштейн и родоначальник кибернетики Н. Винер.

Тот факт, что поведение броуновских частиц принципиально невозможно предсказать даже в том случае, если известны все начальные условия (координата и импульс каждой частицы), вероятно и подвинул отца кибернетики к развитию этой науки, как гипотетического способа обуздать, хотя бы в чем-то стохастичность природы. Однако оказалось, что это ее фундаментальное качество проникло и в порожденное разви-

тием кибернетики глобальное информационно-коммуникативное пространство, на сегодняшний день настолько слитое с политикой, экономикой, культурой, что стало органической частью всего человеческого, социального, технического.

То, что отметил М. Маклюен, как внешнее расширение человека, а точнее выведенная за пределы телесности нервная система в форме глобальных медиа действительно не только открывает индивидов для неподконтрольного сознанию потоков информации, в том числе и токсичной, но и кардинально меняет структуру и формат коммуникаций в социуме.

В глобальном коммуникативном пространстве интегрируются экономические, научные, художественные, профессиональные, социальные, рекреационные, педагогические, производственные и другие информационно-коммуникативные практики. Их коммуникативные функции определяются как спецификой деятельности, так и отношением к этой деятельности общества, т.е. структурой и образом деятельности. Медиа реализует результат сложения особенностей деятельности и особенностей общественного отношения к деятельности в форме массовой коммуникации и становится, таким образом, экраном интерфейса со-бытийности¹, не только отражением действительности, а самой действительностью.

Медиа производит «Текст» с большой буквы, который в целом выступает в качестве средства коммуницирования индивидов и сообществ с картиной мира. Ж. Деррида утверждал, что ничто не существует вне текста. Умберто Эко предложил такой образ: «Перепутать буквы Книги – перепутать мир. Любой книги, даже словаря. Изменяя книгу, изменяешь мир, изменяя мир, изменяешь тело»².

У Р. Барта: «Текст в том современном, актуальном смысле, который мы пытаемся придать этому слову, принципиально отличается от литературного произведения: это не эстетический продукт, это означающая практика; это не структура, это структурация; это не объект, это работа и деятельность; это не совокупность обособленных знаков, наделенная тем или иным смыслом, подлежащим обнаружению, это диапазон существования смещающихся следов; инстанцией Текста является не значение, но означающее в семиологическом и психоаналитическом употреблении этого термина»³.

Текст, как и письмо, как и медиа в целом, в таком понимании становятся похожими на некоторую машину, производящую нечто, что мы называем реальностью. Реальность – продукт машины медиа – как будто вполне человеческая, пока еще. Она допускает существование

¹ См. Шляго В.О., Калмыков А.А. Телевидение: от зеркала и сцены к экрану интерфейса. / Вестник Российского университета дружбы народов. – 2015, № 3. С.115-123.

² Эко У. Маятник Фуко. СПб., 2002. С. 667.

³ Barthes R. L'aventure semiologique. P. : Seuil, 1985. P. 13.

человека и предназначена человеку. Однако уже сейчас это утверждение нельзя считать вполне очевидным¹. А сам Текст-реальность читать становится все сложнее.

Например, результаты, которые можно получить с помощью технологий big data (больших данных) не могут быть реструктурированы до уровня оснований сделанных выводов. Иными словами, машина предлагает верное решение, однако нельзя выяснить, как это решение было получено. Мы перестаем понимать машину и, соответственно, машину текста.

Представитель «критической социологии» М. Постер², обсуждая концепцию информационного общества Д. Белла предложил в качестве аналога термину «способ производства», как принципа периодизации исторического процесса, принятого в марксизме, использовать понятие «способ информации». Выделяются следующие стадии способа информации, которым соответствуют определенные формы социального взаимодействия:

- 1) устно опосредованный обмен информацией;
- 2) письменный обмен, опосредованный печатью;
- 3) электронно опосредованный обмен.

Если учесть цивилизационный сдвиг, происшедший в результате изобретения книгопечатания, блестяще проанализированный в работах Маклюэна, а также тектонические культурные трансформации в результате изобретения интернета, то подобное деление на стадии следует расширить:

- 1) устно опосредованный обмен информацией: передача знаний по вертикали от старших к младшим в пределах племени;
- 2) письменность: письма (манускрипты), доступные посвященным;
- 3) печать: «галактика Гуттенберга», усиление горизонтальных связей, серийное распространение знания;
- 4) электронно опосредованный обмен: simultaneity, от телеграфа до электронной почты;
- 5) информационный обмен опосредованный сетью: всемирная паутина.

Для исторической стадии доминирования устно-опосредованного обмена информацией характерны коммуникации с сохранением субъ-

¹ См. *Калмыков А.А.* Антропосоциология в медиированной и гипертекстовой реальности / Сборник материалов XVI конференции «Наука, Философия, Религия»: Человек перед вызовом новейших информационных и коммуникативных технологий (г. Дубна, 21-22 октября 2013 г.). – М.: Фонд Андрея Первозванного, 2014. -504 с. С- 87-111., Клягин С.В. Социально-антропологические вызовы современных информационно-коммуникативных практик / Сборник материалов XVI конференции «Наука, Философия, Религия»: Человек перед вызовом новейших информационных и коммуникативных технологий (г. Дубна, 21-22 октября 2013 г.). – М.: Фонд Андрея Первозванного, 2014. -504 с. С.- 111- 119.

² *Poster M.* The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context. Cambridge: Polity Press, 1990.

ектности в соответствии с заданными социальными ролями. Одновременно на этой стадии происходит согласование значений лексем в рамках круга общения.

Второй этап – возникновение письменности – характеризуется отчуждением субъекта коммуникации от опосредованного коммуникативного процесса, которое частично компенсировалось отделением круга знающих от профанов. Это спровоцировало развитие эзотерических, гностических и герметических идей. Можно сказать, что магия приобрела на этом этапе инструментальные свойства, а сама письменность превратилась в интеллектуальную машину социальной стратификации. В этой связи Маклюен утверждал: «алфавит разорвал заколдованный круг и разрушил ремонтирующую магию (наследство магии А.К.) родоплеменного мира, превратив цельного человека в агломерат специализированных и психически ущербных индивидуумов, единиц, функционирующих в мире линейного времени и евклидова пространства»¹. Последствия изобретения письменности очень точно представлены еще Платоном в диалоге «Фебр», где объясняется, почему Фараон отказался от этого изобретения Тота, мотивировав вред письменности, тем, что она разрушит память и почитание старших.

Следующая стадия – книгопечатание – заключалась в замещении манускриптов инкунабулами. Изменился способ производства текстов, началось их серийное распространение, субъект коммуникации – автор текста был радикально отделен от объекта – читателя, одновременно произошла институализация социо-культурных ролей: «читатель», «писатель», а Книга захватила центральное место в культуре.

Стадия электронно-опосредованного обмена, прежде всего, характерна расширением понятия Текст и исключением пространственно-временных ограничений коммуникативного процесса. Субъект коммуникации децентрализуется, «раздваиваясь» «в процессе написания текстов на компьютере благодаря зеркальному эффекту экрана»². Его текст рассеивается и дематериализуется в множественности электронных образов, произвольно трансформируется, сохраняя пока еще маркеры авторства. Происходит первичное отчуждение не только читателя от Текста, но автора.

Стадия информационного обмена опосредованного сетью по своей значимости соотносима со стадией изобретения письменности. Сети запускают механизм коллективного авторства, который делает проблематичным всякое авторство. Логика «Книги» замещается логикой «Ризомы». Знание глобально переформатируется в Гипертекст. Р. Барт в своей работе «Смерть автора» писал: «литература (отныне правильнее

¹ Цит. по: Дэвис Эрик Техногнозис: миф, магия и мистицизм в информационную эпоху. Екатеринбург: Ультра. Культура, 2008. "Interview with Marshall McLuhan", Playboy, March 1969, 59.

² Алексеева И.Ю. Возникновение идеологии информационного общества. - М.: Информационное общество, 1999, вып. 1, С. 34.

было бы говорить письмо), отказываясь признавать за текстом (и за всем миром как текстом) какую-нибудь «тайну», то есть окончательный смысл, открывает свободу контртеологической, революционной по сути своей деятельности, так как не останавливать течение смысла – значит в конечном счете отвергнуть самого бога и все его ипостаси — рациональный порядок, науку, закон»¹.

Эта работа сводит «Автора» к пишущему автомату, но все же предлагает некоторые альтернативы, столь печальной культурной перспективе. Например, констатируется усиление значения персоналии «Читатель», то есть того, кто собственно производит смыслы из предоставленного текста. При этом значение первичного текста существенно снижается – он производится и подчас просто компилируется переписчиком – скриптором, субъектность которого уже значения не имеет. Важно, чтобы текст с помощью отработанных технических приемов побуждал необходимость производства смысла. Платон, Кант, Ницше становятся лишь питательной средой для взращивания смысла, размещенной в некотором контекстуальном пространстве. Впрочем, и читатель тут, возможно, не совсем точное слово. Поскольку он имеет дело уже не с плоским текстом, а с гипертекстом, что заставляет его самостоятельно собирать предназначенный для интерпретации текст в результате свободного блуждания по отдельным фреймам. Ярким примером является появление сетевых норм работы с информацией в интернете. Для подобного читателя более подходит метафора номада (др.-греч. νομάς (νομῆδος) – пастух, кочевник), блуждающего по знаниевой степи, с целью пересоздания ее под свои нужды в каждый момент остановки.

Жиль Делез и Феликс Гваттари – пишут: «номады изобрели машину войны против аппарата государства. Никогда история не включала в себя кочевой период (nomadisme), никогда книга не включала в себя внеположенное. В течение долгой истории интериорность концепта, республика Духа, трибунал разума, функционеры мысли, человек – законодатель и субъект. Претензия Государства быть интериоризированным образом мирового порядка и укоренять человека. Но отношения машины войны со внеположенным – это не другая «модель», это устройство, которое заставляет саму мысль становиться кочевником (nomade), книга является деталью для всех подвижных машин, стеблем для ризомы (Клейст и Кафка против Гете)»². Структура книги, как и всей культуры оседлых народов, соответствует образу древа, построенного на идее наследования и бинарной оппозиции. Но современный ризоморфный мир уже не различает, по мнению авторов, важного и второстепенного, порождающего и порожденного, и не похож на книгу.

Таким образом, если посмотреть внимательно на то, что происходило при смене стадий, то можно выделить некоторые общие тренды.

Во-первых, это прогрессирующее отчуждение продукта от того, кто участвует в его производстве. Поскольку целокупным продуктом является реальность,

¹ Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. — М., 1994 — С. 390

² Делёз Ж., Гваттари Ф. Тысяча плато. Капитализм и шизофрения / Пер. с фр. и послесл. Я. И. Свирского, науч. ред. В. Ю. Кузнецов — Екатеринбург: У-Фактория; М.: Астрель, 2010. С.36.

то можно констатировать прогрессирующее отчуждение человека от реальности, как в плане ее потребления, так и ее производства.

Во-вторых, наблюдается распространение структурных качеств машины текста в антропологические, культурологические, социальные, политические и т.д. пласты реальности. На современном этапе в повседневность транслируется структура гипертекста, как формат адекватный структуре информационно-коммуникативного пространства.

В-третьих, имеет место ускоряющийся процесс повышения системной сложности информационно-коммуникативного пространства, прописывание принципиально нечитаемого текста-реальности.

Здесь следует упомянуть прогнозируемую к 2030-45 году некоторыми учеными¹ точку технологической сингулярности, при которой за очень короткий период времени, вплоть до нескольких часов, может произойти резкое усложнение всей техносферы. Результатом этого может стать, в частности, появление полноценного, превосходящего человеческий, искусственного интеллекта. Он не только будет контролировать все каналы коммуникаций и все машины, но и все процессы, происходящие в человеческом обществе. Это будет означать, не более и не менее, как наступление эры постчеловеческой (трансгуманистической) цивилизации.

Аргументы сторонников концепции сингулярности достаточно серьезны, чтобы их отбросить как не соответствующие действительности. Они полностью согласуются с выявленными нами трендами. Можно даже уточнить в первом приближении, что атрибуты способа информации (например: общее усложнение информационных систем, объемов памяти, скорости операций и т.п.) развиваются экспоненциально. Замедления процессов технологического развития не наблюдается, хотя и неоднократно предполагалось, что оно произойдет.

Вместе с тем, как-то не верится в то, что в этом тысячелетии наступит конец истории, связанный с приближением «способа информации» к некой финальной точке. Именно «не верится», поскольку состоятельных, построенных на методах рациональной науки контраргументов, найти не удалось. Остается искать их в области философии и богословия, тем более, что научное рациональное знание уже не обладает абсолютным преимуществом перед знанием другого типа. Интуиции ненаучного знания очень часто в истории демонстрировали свою правоту и помогли преодолеть периодически возникающие экзистенциальные проблемы. Особенностью настоящего этапа является лишь то, что цивилизационные вызовы приобрели глобальный характер.

Для ответа на «проклятые» вопросы: возможен ли постчеловеческий мир; наступит ли технологическая сингулярность; совершенствуется ли «способ информации» до такой степени, что останется единственным субъектом реальности – нужен какой-то другой не рациональный, а метафизический ключ.

Впрочем, полученный рациональным знанием, так называемый антропный принцип², может оказаться серьезным контраргументом подобной эсхатоло-

¹ Вернор Виндз, Рэймонд Курцвейл, Стюарт Армстронг и др.

² Сформулирован в 1973 году английским математиком Брендоном Картером.

гии. В общих чертах он фиксирует связь между базовыми свойствами нашей Вселенной и возможностью существования в ней человека. Вселенная подчиняется исключительно таким законам, при которых только и возможно существование разумной жизни. Ничтожное изменение одной из так называемых мировых констант привело бы к невозможности существования Вселенной и разумной жизни в ней. Получается так, что центром и целью существования Вселенной является человек, который должен исчезнуть в результате трансгуманистических процессов. Кроме того, философские эзерсисы на тему «мир без человека» теряют смысл вместе с допущением исчезновения рефлексированного субъекта.

Таким образом, констатируя факт развития способа информации в качестве глобального цивилизационного вызова, можно предположить что ответ на него человеческой цивилизацией и культурой с необходимостью будет найден, как и не уйдет в полностью неуправляемую зону глобальное информационно-коммуникативное пространство.

Литература:

- *Алексеева И.Ю.* Возникновение идеологии информационного общества. - М.: Информационное общество, 1999, вып. 1, С. 34.
- *Барт Р.* Избранные работы: Семиотика. Поэтика. — М., 1994.
- *Делёз Ж., Гваттари Ф.* Тысяча плато. Капитализм и шизофрения / Пер. с фр. и послесл. Я. И. Свирского, науч. ред. В. Ю. Кузнецов – Екатеринбург: У-Фактория; М.: Астрель, 2010.
- *Дэвис Эрик* Техногнозис: миф, магия и мистицизм в информационную эпоху. Екатеринбург: Ультра. Культура, 2008.
- *Калмыков А.А.* Антроподицея в медиированной и гипертекстовой реальности / Сборник материалов XVI конференции «Наука, Философия, Религия»: Человек перед вызовом новейших информационных и коммуникативных технологий (г. Дубна, 21-22 октября 2013 г.). – М.: Фонд Андрея Первозванного, 2014. С- 87-111. .
- *Клягин С.В.* Социально-антропологические вызовы современных информационно-коммуникативных практик / Сборник материалов XVI конференции «Наука, Философия, Религия»: Человек перед вызовом новейших информационных и коммуникативных технологий (г. Дубна, 21-22 октября 2013 г.). – М.: Фонд Андрея Первозванного, 2014. С.- 111- 119.
- *Шляго В.О., Калмыков А.А.* Телевидение: от зеркала и сцены к экрану интерфейса./ Вестник Российского университета дружбы народов. – 2015, № 3. С.115-123.
- *Эко У.* Маятник Фуко. СПб., 2002.
- *Poster M.* The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context. Cambridge: Polity Press, 1990.
- *Barthes R.* L'aventure semiologique. P. : Seuil, 1985. P. 13.

Журналистика фактов или мнений: консолидация или противостояние?

Губанова М.И., исполнительный директор телеканалов «Открытый мир» и «8 канала»,
goubanova@mail.ru

В данной статье рассматриваются современные тенденции развития журналистики. Автор анализирует, как журналистика фактов и журналистика мнений формирует современную картину дня, насколько соотносятся эти подходы в журналистском творчестве. На примере анализа крупнейшей российской еженедельной общественно-политической газеты «Аргументы и факты» и наиболее рейтинговых программ на федеральных каналах, которыми стали проекты «Первая студия», выходящая на Первом канале, аналогичное ток-шоу «60 минут», идущее на «Россия 1», и «Место встречи» на НТВ, делается вывод о системном подходе к организации журналистского материала, его формата. Тем самым обращается внимание на то, что в данном случае такой формат обладает эмерджентными свойствами, возникающими в результате такого подхода.

Ключевые слова: журналистика, средства массовой информации, информационно-коммуникативная сфера, цифровизация, информационный поток.

В условиях глобализации современное общество переживает серьезные изменения. Технологический прогресс оказал существенное воздействие на информационно-коммуникативную сферу, и, как следствие, на все средства массовой информации. Скорость и темп жизни диктуют свое. С развитием цифровизации информационный поток стал столь велик, что зачастую человек, потребляющий различного рода информацию из всех сред СМИ, просто не готов тратить много времени на ее прочтение и освоение. При подобном экстремальном информационном потоке трансформировались и сама форма ее подачи, и качество потребления. То, как читатель будет ее воспринимать, напрямую зависит от журналистской деятельности.

В России появилась масса новых изданий с собственными версиями на интернет-площадках, что стало причиной динамичного процесса взаимопроникновения и слияния СМИ – конвергенции, а как следствие – видоизменения их. По мнению профессора Е.Я. Дугина, «и в этом смысле современные средства массовой информации и коммуникации все в большей мере представляют собой сложную, многосоставную модель»¹.

¹ Дугин Е.Я. Социально-психологические аспекты исследования современных информационно-коммуникативных процессов // Журналист. Социальные коммуникации. 2016.

Этот процесс требует от журналистов новых подходов к работе, создает определенную специфику их деятельности как на федеральном, так и на региональном уровнях. Поэтому закономерен вопрос: насколько журналистское сообщество и аудитория осознают столь стремительные перемены? Понимают ли они, что журналистике необходима не только адаптация к новым технологиям, но и анализ ее трансформации? Какие современные тенденции определяют ее развитие? Как, например, сегодня соотносятся журналистика фактов и журналистика мнений? Возможна ли консолидация этих подходов? Или между ними существует непримиримое противостояние?

Для того чтобы ответить на поставленные вопросы и понять, насколько актуальным является этот тренд и действительно ли наметилась такая тенденция, и было предпринято данное исследование. Оно включало в себя анализ непосредственно самих средств массовой информации. В данном случае за основу была взята крупнейшая российская еженедельная общественно-политическая газета «Аргументы и факты», а также наиболее рейтинговые программы на федеральных каналах, которыми стали проекты «Первая студия», выходящая на Первом канале, аналогичное ток-шоу «60 минут», идущее на «Россия 1», и «Место встречи» на НТВ. Параллельно был проведен опрос представителей журналистского сообщества, которые непосредственно создают информационные продукты, и по долгу службы определяют стратегию развития СМИ. По совокупности это и формирует те тенденции, которые характеризуют состояние журналистики на данный момент.

Что касается выбранного для исследования печатного издания, то им стал еженедельник «Аргументы и факты», который позиционирует себя как газета фактов. За 2017 год было проанализировано 200 статей из 50 номеров газеты «АиФ». Видно, что в заметках, помимо фактов, преобладает комментарийная часть, даются ссылки на мнения экспертов из разных областей на ту или конкретно описываемую тему. Фактически из двухсот статей в одной трети из них преобладают комментарии к заметкам.

Например, в статье «Семидесятник» из № 45 от 8 ноября 2000 г. опубликована аналитическая статья о плюсах и минусах молодого президента Владимира Путина. Свою точку зрения высказал известный политтехнолог Глеб Павловский. Он проанализировал поколение политиков – «шестидесятников», характеризуя их стиль – старческим стилем прежней политики и указывая на контраст между ними и нынешними политиками.

Политолог рассматривает Путина как «семидесятника», исходя из его взглядов на страну, как «державу», а на СССР, как на ошибочно задуманное и скверно управляемое государство. Павловский рассматривает отношение президента к революции в Германии, как ценный элемент

воспитания политика, урок человеческой природы. Но в большей степени он уделяет внимание собственной характеристике того периода: отношению к стране, истории СССР, революциям, внешней политике России 90-х, восстановлению места Церкви в России, отнятого по национальному недомыслию.

Статья построена на мнении эксперта, его анализе и сопоставлении значимых для страны общественно-политических событий, характерных определенному историческому периоду. Это позволяет сделать вывод о том, что еженедельник «Аргументы и факты», который изначально позиционировал себя как издание фактов, пересматривает свою концепцию, уделяет внимание анализу и мнению. Но при этом сохраняет факт как основу для размышления автора.

Рассмотрим еще одну заметку «АиФ» от 13 ноября 2017 г. под названием «Откуда деньжата? Зачем банки замораживают средства обычных граждан». В ее тексте автор в качестве факта обозначает проблему блокировки денежных средств до выяснения обстоятельств причины их возникновения на счетах граждан, а затем подробно, с использованием позиций разных сторон, описывает саму ситуацию.

Так, статью можно подразделить на несколько частей. В первой – заявлен сам факт блокировки счетов. Во второй – речь идет о том, что банки наделяются публично-правовыми функциями, которые являются государственными. К тому же поднимается вопрос коллизии, так как подобная деятельность несет в себе элементы оперативно-розыскной деятельности, а банки не являются ее субъектом. Тут же – представляется позиция регулятора, в которой объясняется причина таких действий, приводятся комментарии юриста.

В третьей части публикации говорится о последствиях блокировок. Тем самым объясняется, куда поступают деньги, законное происхождение которых не смог подтвердить их владелец, приводятся комментарии управляющего партнера коллегии адвокатов. В четвертой – адвокат дает разъяснение о том, что предпринимать в подобных случаях и как их не допустить.

Как видим, в этих двух статьях, как и в большинстве тех, которые попали в случайную выборку для исследования, совершенно очевидно прослеживается исследование фактов, их сопоставление. Авторы и эксперты, аргументируя фактами, проводят их анализ. Он подкрепляется предоставленными мнениями интервьюируемых экспертов в других взятых для анализа материалах. Это говорит о том, что у аудитории появляется потребность в понимании происходящего.

Поэтому о таком тексте можно говорить как о системном объекте, включающем в себя факт и его осмысление. Для этого журналист может привлечь эксперта по обсуждаемой теме, может и сам высказать свое собственное суждение, но обязательно основанное на собранных им фактах. Другими словами, он должен располагать доказательной базой, позволяющей ему сделать тот или иной вывод.

В данном случае, когда мы говорим о таком материале, мы имеем дело с системным подходом, который использует журналист. Тогда мы должны понимать, что, по мнению специалистов, «системы функционируют как целое, а это значит, что у них есть свойства, отличающиеся от свойств составляющих их частей. Они известны как эмерджентные, или возникающие свойства. Они «возникают», когда система работает»¹.

Приведенные в качестве примера публикации «АиФ» отличает от других именно наличие этих эмерджентных свойств, которые, как утверждают специалисты, «возникают в системах подобно тому, как внезапно с плоского листа, содержащего беспорядочные цветные картинки, на вас «выпрыгивает» объемный, трехмерный образ»².

В данном случае эту тенденцию, обозначенную в печатном издании, сегодня явно демонстрирует и телевидение. Очевидно, этим можно объяснить появившиеся в эфире федеральных телеканалов круглосуточные ток-шоу, которые проходят в жанре комментария. Высокой популярностью пользуются программы на общественно-политические темы, основной целью которых является обсуждение проблем политики, как российского, так и мирового значения. Это означает, что, по мнению Е.Я. Дугина, «предметная сторона отражаемой действительности выступает в качестве типобразующего критерия в тех случаях, когда исследуются частные стороны или характеристики объекта (например, при выявлении специфики телевидения как творческого феномена)»³.

Это говорит о том, что фактическая сторона дела становится основой обсуждения, комментария, поводом для разговора в студии в прямом эфире или в записи. Очевидным подтверждением этому являются исследования показателей телесмотра Mediascore за 2016-2017 гг. (TNS Gallup Media). Среди наиболее рейтинговых программ на федеральных каналах стали проекты «Первая студия», выходящая на Первом канале, аналогичное ток-шоу «60 минут», идущее на «Россия 1» и «Место встречи» на НТВ.

Три проекта – социально-политическое ток-шоу, где ведущие собирают в студии экспертов, политиков и журналистов, чтобы обсудить вопросы, вызывающие множество дискуссий и общественных волнений. Каждый выпуск посвящен злободневной теме, имеющей резонанс в обществе. Но основой его по-прежнему является факт, событие или явление, которое требует системного подхода в его освещении. «Таким образом, – считают специалисты, – система – это множество частей,

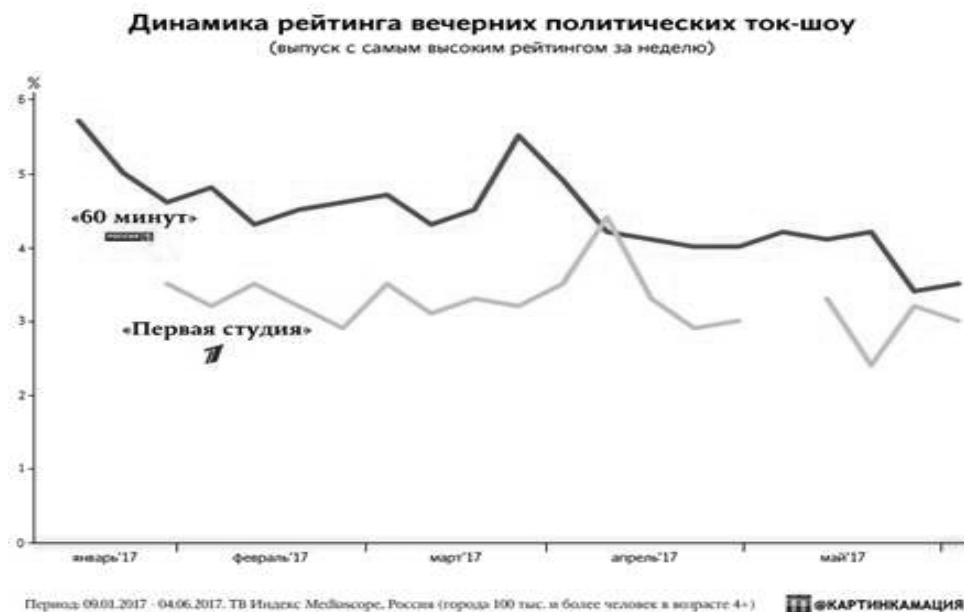
¹ *О'Коннор Д. Макдермотт И.* Искусство системного мышления: Необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблем / Джозеф О'Коннор, Иан Макдермотт. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – С. 31.

² *О'Коннор Д. Макдермотт И.* Искусство системного мышления: Необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблем / Джозеф О'Коннор, Иан Макдермотт. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – С. 31.

³ *Дугин Е.Я.* Методология исследования информационно-коммуникативных медиасистем и журналистики. Научное издание / У.Я. Дугин. – М.: Академия медиаиндустрии, 2017. – С. 10 - 11.

действующих как единое целое. В свою очередь, она может состоять из множества более мелких систем или быть частью более крупной»¹.

Но именно этот системный подход на уровне организации материала, его формата делает его востребованным аудиторией. Эта динамика телесмотрения на примере двух каналов и их программ отражена в графике «Динамика рейтинга вечерних политических ток-шоу», приведенном в данной статье.



Представленные на графике данные показывают, что, несмотря на неравномерность медиапотребления, проекты стабильно пользуются спросом у телеаудитории. Это, по мнению ряда специалистов, объясняется большой популярностью разговорного жанра, основанного на экспертных мнениях по конкретным фактам, заявленным в качестве тем для обсуждения. Именно на первооснову факта указывают авторы работ по данной тематике, например, А.Г. Качкаева².

Как следует из анализа этих программ, они строятся на анализе событий, позициях сторон, обозначенных фактом – состоявшимся действием, случившимся явлением. Три представленные программы различаются лишь формой подачи, более или менее эмоциональной. Обычно подобным ток-шоу свойственен эмоциональный накал, который зачастую переступает этические границы.

¹ О'Коннор Д. Макдермотт И. Искусство системного мышления: Необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблем / Джозеф О'Коннор, Иан Макдермотт. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – С. 30.

² См.: Качкаева А.Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. – М.: 2010.

Но все они свидетельствуют о том, что явно наметился переход к профессиональной журналистике мнений, основанной на достоверных фактах. Это можно обусловить еще и тем фактором, что аудитория стала испытывать потребность в системном подходе к информации и анализе ее на достоверность.

Это означает, что показатели телесмотрения напрямую зависят от заявленной темы, обусловленной фактом случившегося в мире, стране, регионе, и глубины ее исследования. По мнению Е.Я. Дугина, это во многом объясняется тем, что, «как известно, главное достоинство фактов в их достоверности. Факт отображает всегда определенное содержание, которое он сохраняет в разных системах знаний. И даже когда разрушаются концепции, теории, гипотезы (что является вполне естественным состоянием науки), факт, в этом его «упрямство», остается неизменным»¹.

На основании полученных результатов можно утверждать, что очевиден резкий рост долей программ, когда при обсуждении актуальных проблем используется системный подход. При этом существенно расширяется их тематика. Как правило, это трагические события, теракты, войны, политические конфликты, смерти. Аудитория в кризисном информационном потоке испытывает особую потребность в анализе и осмыслении происходящего, выявлении причинно-следственных связей.

Не меньшей популярностью пользуются скандалы, связанные с личной жизнью медийных персон, их конфликтами, драмами. Опять в их основе находятся реальные события, факты, из которых выстраивается полная картина происходящего. И интернет-издания, и телевидение, и печатные СМИ уделяют внимание данным тематикам².

Следовательно, проанализировав российские печатные издания на примере газеты «АиФ» и ряд ток-шоу на ведущих каналах страны, приходим к выводу, что журналистика фактов и журналистика мнений, как следствие анализа эмпирической базы, формирует современную картину дня, представляемую СМИ. Но для того, чтобы понять, насколько эта современная тенденция трансформации журналистики осознается профессиональным сообществом, было решено обратиться к представителям самого сообщества.

В опросе приняли участие более тридцати человек. Их них двадцать один респондент считает, что подобные явления наблюдаются и уже можно говорить о них, как о тенденции. Пять человек полагают, что журналистика фактов превалирует, четверо респондентов воздержались от однозначного ответа.

Так, например, председатель Московского городского отделения Со-

¹ Дугин Е.Я. Методология исследования информационно-коммуникативных медиасистем и журналистики. Научное издание / У.Я. Дугин. – М.: Академия медиаиндустрии, 2017. – С. 26.

² См.: Калмыков А. А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика: учеб. пособие для студентов вузов / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.

юза журналистов России, профессор Л.А. Речицкий считает, что журналист отдает предпочтение факту или его анализу, на основе которого формулируется мнение, в зависимости от того, в каком средстве массовой информации: электронном или печатном он работает. Он говорит, что «в век цифровизации, журналист, ведущий программу на радио или на телевидении, находится в условиях жесткой конкуренции, и потому должен быть готов к оперативному освещению явлений, событий. Актуальному комментированию фактов. Его материал, сформированный на основе знаний предмета, о котором журналист рассказывает, должен быть им осмыслен и глубоко проанализирован. Очень важно подниматься над сухими фактами. Но это ему не всегда удается, так как основное условие его работы – скорость в «подаче» информации. Что касается журналистов печатных средств массовой информации, то на данный момент им оперативно, по стандартным шаблонам, излагать факты не получится. Их материалы будут интересны читателям, если в них есть идея, мысль»¹.

Эту точку зрения разделяет профессиональный репортер Е.Б. Бернаскони, которая много лет проработала в ТАСС. Она удостоена высшей награды своего сообщества и является лауреатом премии Союза журналистов СССР, Заслуженным работником культуры. Поэтому ее мнение весомо в данном опросе. Бернаскони считает, что, безусловно, сам сегмент системы средств массовой информации: печать, телевидение или новостное агентство формирует специфику работы журналиста, определяет его приоритеты: факт или мнение на основе анализа фактов. Но следует признать, по ее мнению, что «сегодня в целом журналистика обретает новые формы. Если в советский период преобладала журналистика мысли, сегодня – журналистика факта. Есть факт – есть материал, а какова его природа возникновения зачастую журналист и не пытается выяснить, и достоверно донести до аудитории. Это совершенно недопустимо. Необходимо нести ответственность перед аудиторией»².

В принципе о том же говорит председатель Союза журналистов Подмосковья, секретарь Союза журналистов России Н.А. Чернышова, которая не отрицает значения факта как первоосновы материала. Она убеждена, что к нему нужно относиться более внимательно. По ее мнению, вызвано это бурным развитием новых технологий, которые активно видоизменяют систему СМИ и сам вид профессиональной деятельности. Она считает: «Меняются смыслы, характер и содержание профессии. Сегодня отсутствует монополия на разработку повестки дня. Ее в большей степени начинает формировать блогосфера, пользователи которой зачастую не владеют журналистским мастерством и фактурой, не умеют работать с фактами и их перепроверять, ничего не слышали о профессиональной этике, а значит и анализ этих фактов можно подвергнуть сомнениям»³.

¹ Аудиовизуальный архив автора

² Аудиовизуальный архив автора.

³ Архив автора.

Факту отдает предпочтение и председатель Союза журналистов России В.Г. Соловьев. Но его видение трансформации СМИ базируется на том, что новые технологии и, как следствие цифровизация всей информационно-коммуникативной системы, кардинально меняют саму аудиторию, формируют новую культуру потребления информации. Широкое использование планшетов, гаджетов и других постоянно появляющихся новых устройств приводят к тому, что необходимы максимально сжатые форматы подачи информации. Поэтому факт становится основой новой культуры ее потребления, но это скорее комментарий факт. Он утверждает, что «в колоссальном информационном потоке современная аудитория ориентирована на короткое восприятие информации, ей нужны факты. И молодые журналисты уже мыслят иначе, в соответствии с новыми технологическими трендами. А значит, и современная журналистика приобретает иные формы. Современная аудитория ориентирована на короткое восприятие информации, а это сказывается на журналистике в целом: на формах подачи информации и ее потреблении. Аудитории нужны факты и быстрое их подтверждение. Поколение века цифровых технологий ментально другое. Оно иначе воспринимает информацию и перерабатывает ее, иначе формирует мысли и публикует их. С этим необходимо считаться».

Подобные суждения в той или иной мере высказали и другие респонденты. Если свести их воедино, то трансформация в подаче материала является непреложным трендом развития современной журналистики. Анализ печатной прессы на примере газеты «АиФ» и ряда ток-шоу как успешных телевизионных проектов является тому подтверждением. При этом данные предпочтения факт – мнение в той или иной степени зависят от типа средства массовой информации: печатного или электронного; от динамично идущего процесса цифровизации журналистской отрасли; от развития сети, включающей как интернет-журналистику, так и блогосферу, социальные сети; и как следствие, от изменения культуры потребления информации аудиторией.

Следовательно, можно сделать вывод о том, что наблюдается медленная тенденция системного подхода к формированию текста, свойственная классической отечественной журналистике мысли, вбирающей в себя факт и анализ происходящего. Именно тогда «система работает», и возникают эмерджентные свойства информационного сообщения – «объемный, трехмерный образ»¹ происходящего, о чем сообщает журналист.

Бесспорно, журналистика факта является безусловной базой для комментария, который появляется лишь при наличии фактической основы. И от обратного – достоверность любого факта можно установить лишь с помощью его подтверждения и анализа. Именно поэтому, как утверждают специалисты, в соответствии с требованиями времени «современные

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

массмедиа учатся производить не только информационные сообщения, но и сообщения-коммуникации как таковые»¹.

Это означает, что факт, его комментарий или более объемный анализ – это звенья одной цепи, поэтому лучше, чтобы они не контфронтировались, а дополняли друг друга, становились основой коммуникации журналист-аудитория. А вот насколько это получается, во многом зависит от уровня профессионализма журналиста и того формата, выбранного им, который позволяет максимально полно донести информацию до своей аудитории и быть ею понятным. В этом собственно и есть предназначение журналистики как социального института общества.

Литература:

- *Дугин Е.Я.* Социально-психологические аспекты исследования современных информационно-коммуникативных процессов // Журналист. Социальные коммуникации. 2016. № 3-4. – С.13.
- *Дугин Е.Я.* Методология исследования информационно-коммуникативных медиасистем и журналистики. Научное издание / Е.Я. Дугин. – М.: Академия медиаиндустрии, 2017.
- *Калмыков А.А., Коханова Л.А.* Интернет-журналистика: учеб. пособие для студентов вузов / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
- *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество, культура / М. Кастельс. – М., ГУ ВШЭ, 2000.
- *Качкаева А.Г.* Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. – М.: 2010.
- *Костюков Л.В.* Журналистика мнений (вид изнутри и немного сбоку): учеб. пособие. Монография. – М.: Институт журналистики и литературного творчества (ИЖЛТ), 2004.
- *Медиасистема России: Учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е. Л. Вартановой.* – М.: Аспект Пресс, 2015.
- *О’Коннор Д. Макдермотт И.* Искусство системного мышления: Необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблем / Джозеф О’Коннор, Иан Макдермотт. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.
- *Шкондин М.В.* Типология периодической печати / под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2009. .
- *Уэбстер Ф.* Теория информационного общества / Ф. Уэбстер. - М., Аспект Пресс, 2004.

¹ *Калмыков А. А., Коханова Л.А.* Интернет-журналистика: учеб. пособие для студентов вузов / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – С. 232.

Окинавская хартия глобального информационного общества: гуманитарные проблемы правового регулирования коммуникаций

Бочков С.И., председатель совета НП «Неправительственный инновационный центр»;
e-mail: vss-05@mail.ru

Ориентация современного глобального общества на интенсификацию коммуникационных технологий для более эффективного управления, производства, образования и науки стала основным трендом в борьбе за мировое господство. В статье рассмотрены основные проблемы достижимости целей, декларируемых «Окинавской хартией глобального информационного общества», и оценка влияния процессов развития сети интернет на российское законодательство. В статье предложена классификация информации исходя из имеющихся трактовок в различных правовых актах. Предложена модель восприятия и производства информации человеком, а также гуманитарные аспекты коммуникаций и содержательной сущности информации.

Ключевые слова: Окинавская хартия, информация, коммуникации, телекоммуникации, идеологемы, информационные технологии, манипуляция сознанием.

Начало 21-го века можно действительно охарактеризовать глобальным наступлением интернета на человечество. Считается, что правовой основой такого наступления является «Окинавская хартия глобального информационного общества»¹, принятая 21 июля 2000 года на саммите лидеров стран G8. Именно на этот документ принято ссылаться в российском юридическом сообществе для обоснования государственной политики в области развития интернет-технологий в стране. Однако следует обратить внимание на два фактора среди множества других, оказавших влияние на процессы информатизации в России:

1. В «Окинавской хартии... «отсутствует упоминание об интернете. Документ посвящен общим представлениям лидеров стран G8 о возможностях информационных технологий».

2. Саммиты G8 впоследствии были обозначены президентом Российской Федерации как «клуб по интересам», декларации которого не яв-

¹ «Окинавская хартия глобального информационного общества» от 21 июля 2000 года.
URL.: <http://base.garant.ru/2560931/>

ляются юридически значимыми международными актами.

Тем не менее, если придерживаться основных положений «Окинавской хартии...», то необходимо рассмотреть ключевое понятие – информационно-коммуникационные технологии (ИКТ).

Дословный перевод с латинского языка слова *Informatio* на русский означает *разъяснение, изложение, осведомление* и как термин обывденного языка относится к познавательной-коммуникативной сфере человеческой деятельности. Информация означает совокупность сведений о каких-либо событиях или фактах¹, хотя считается, что в науку это понятие было введено в 1928 г. Р. Хартли (США) для обозначения меры количественного измерения сведений, распространяемых по техническим каналам связи безотносительно к содержанию сведений². До настоящего времени современное общество не определилось с двойственным характером указанного понятия: является ли понятие информация характерным только для систем связи или для рукописно-печатной (книги, журналы, газеты, письма, документы и т.д.) продукции, применимо ли оно для устного общения?

В языкознании коммуникация – это «целенаправленная передача некоторого содержания с помощью языковых форм от одного участника ситуации общения другому»³. Существуют и другие определения понятия коммуникация, в частности, это – «взаимодействие людей и животных, предполагающее обмен информацией с помощью специализированных сигналов-посредников» и т.д. Учитывая эти аксиоматические утверждения можно считать, что для коммуникации не всегда характерно наличие каких-либо материальных носителей (в том числе и сетей связи). Непосредственное общение людей с использованием звуковых сигналов, передача сообщения семафором, которая осуществляется сигнальщиками с помощью изменения положения флагов во флоте или включение водителем в автомобиле предупреждающего сигнала «поворот налево (направо)» и т.д. также можно считать коммуникациями. Аксиоматичный характер данного положения можно найти в Гражданском кодексе Российской Федерации. Так, в статье 159, п.1. «Устные сделки» указывается: «Сделка, для которой законом или соглашением сторон не установлена письменная (простая или нотариальная) форма, может быть совершена устно»⁴. Для того чтобы договориться двум

¹ Бочков С.И. «Информационное общество: поиск социальных детерминант формирования массового, группового и индивидуального сознания». URL.: <http://np-nic.ru/publikatsii/filosofiya/5>

² Современный философский словарь (под редакцией д.ф.н. профессора В.Е. Кемерова). М.: ПАНПРИНТ, 1998.

³ Большая Российская Энциклопедия, электронная версия. Проект Министерства культуры Российской Федерации. URL.: <https://bigenc.ru/section/linguistics>

⁴ Гражданский кодекс Российской Федерации. Информационно-правовая система «Гарант». Сайт: <http://base>.

субъектам, необходимо совершить акт коммуникации – обменяться речевыми (или какими-либо другими) сообщениями, понять их, уяснить сведения, которые они получили друг от друга и заключить устное соглашение. Здесь уместно заметить, что истоки указанной нормы лежат в российской истории, когда сделки между купцами совершались под «честное слово». Существовавший в дореволюционной России¹ купеческий кодекс чести был основан на православных традициях миропонимания и воспитания не одного поколения купцов. Честь всего рода у русских купцов ценилась превыше денег, а результат его деятельности оценивался не столько капиталом, сколько общественно полезными делами.

С правовой точки зрения понятие информации определено Федеральным законом от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» как сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления. Существуют различия в трактовках этого понятия в нормативных документах. В статье 13. Модельного информационного кодекса для государств – участников СНГ (часть первая) информация определяется как – «сведения, представленные в любой форме и любом виде, на любых носителях, о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах, которые имели, имеют или будут иметь место в обществе, государстве и окружающей среде»² и как видно существенно отличается от базовых трактовок российского законодательства.

При этом в юридической научной литературе практически не встречается классификации понятия информации по виду и форме представления. Проведенный анализ российского законодательства понятие информации можно классифицировать как продукт коммуникаций следующим образом:

1. Информация первого рода – совокупность производимых сообщений и воспринимаемых сведений в устной форме или с использованием каких-либо однозначно понимаемых звуко-визуальных сигналов (жестов) участниками непосредственного общения (коммуникаций).

2. Информация второго рода – совокупность производимых сообщений и воспринимаемых сведений участниками непосредственного общения (коммуникаций) в письменной форме собственноручно.

3. Информация третьего рода – совокупность производимых сообщений и воспринимаемых сведений участниками непосредственного общения (коммуникаций) с использованием систем электросвязи без их сохранения на каких-либо материальных носителях.

¹ Великая Октябрьская социалистическая революция, произошедшая в России в 1917 году.

² Модельный информационный кодекс для государств - участников СНГ (часть первая), Принят на тридцатом пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств - участников СНГ (постановление N 30-6 от 3 апреля 2008 года). Сайт: <http://docs.cntd.ru/document/902124603>.

4. Информация четвертого рода – совокупность производимых сообщений и воспринимаемых сведений участниками непосредственного общения (коммуникаций) с использованием систем электросвязи с сохранением на каких-либо материальных носителях.

Исходя из такой классификации, можно сделать вывод, что основу коммуникаций должен составлять язык общения, т.е. алфавит и принципы его использования, образы и ассоциации, мировоззрение. Информационные технологии, как нам представляется, должны рассматриваться, прежде всего, с культурологической точки зрения.

Не претендуя на исключительность, схематично основу коммуникаций для человека можно представить в следующем виде (рис. 1). Исходя из наличия различных органов человека, коммуникации между людьми осуществляются с помощью голоса, слуха, зрения или жестов. В качестве сигнальных конструкций языка коммуникаций может выступать тактильное чувство человека – способность воспринимать что-либо рецепторами, расположенными в коже.

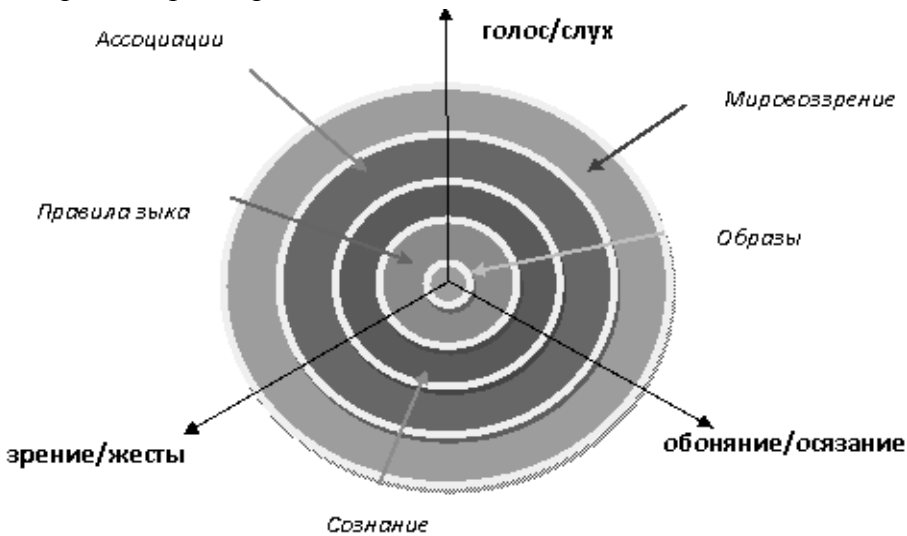


Рис.1. Модель коммуникаций человека

Провозглашая информационно-коммуникационные технологии (ИТ) как один из наиболее важных факторов, влияющего на формирование общества XXI века, «Окинавская хартия...» (п. 2) закрепляет следующие основные цели:

- устойчивый экономический рост;
- повышение общественного благосостояния;
- стимулирование социального согласия и полной реализации их потенциала в области укрепления демократии;
- транспарентное и ответственное управление,

- права человека,
- развитие культурного многообразия и укрепления международного мира и стабильности.

Считается, что ИТ оказывает революционное воздействие на образ жизни людей, их образование и работу, а также взаимодействие правительства и гражданского общества.

Итак, **устойчивый экономический рост**. Устойчивое развитие подразумевает обеспечение поступательного роста экономики без ущерба для основных отраслей промышленности, сбалансированность основных элементов национальной экономики. Экономический кризис в России 2008 году был спровоцирован ипотечным кризисом в США и, как следствие, кризисом ликвидности мировых банков. Анализ причин кризисной ситуации проведен различными экспертами достаточно детально¹. Однако хотелось обратить внимание на два фактора: необходимость выплаты значительного долга российскими компаниями (более 500 млрд долларов США) при невозможности перекредитования и падение мировых цен на нефть. Следующий спад экономики России произошел в 2014 году. Среди наиболее значимых причин этого кризиса аналитики отмечают последствия кризиса 2008 года и дальнейшее падение цен на нефть, а также санкционная политика западных стран по отношению к России из ситуации на Украине. Наличие «информационного общества»² в ведущих экономически развитых западных странах не смогло способствовать устойчивому экономическому росту.

Рассмотрим кратко влияние законодательства на развитие только одного сектора экономики – электросвязь (*telecommunications-англ.*). Базовый, как принято считать в области информационного права закон ФЗ № 149, не содержит разделов, предусматривающих порядок разработки информационно-телекоммуникационных систем, а только условий эксплуатации. У каждой такой системы существует свой «жизненный цикл» (10÷15 лет), который, кстати, может не совпадать с «жизненным циклом» информации³. Находящиеся в эксплуатации на территории Российской Федерации программно-технические средства, поставленные в начале текущего столетия, практически выработали свой физический ресурс, морально устарели и подлежат замене. Основным недостатком ФЗ № 149, по мнению автора, является его ориентация на попытку регулирования общественных отношений с использованием в качестве информационных технологий программно-технических средств глобальной сети интернет.

¹ URL.: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1166175>

² Информационное общество» – общество, в котором информация и уровень ее применения и доступности кардинальным образом влияют на экономические и социокультурные условия жизни граждан (Указ Президента Российской Федерации «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы»).

³ Бочков С.И., Федичев А.И. О ценности информации на различных этапах жизненного цикла // Правовая информатика, 1916, №3.

ФЗ № 149 содержит и ряд других противоречий. В частности, в статье 3 п.5 декларируется: «недопустимость установления нормативными правовыми актами каких-либо преимуществ применения одних информационных технологий перед другими, если только обязательность применения определенных информационных технологий для создания и эксплуатации государственных информационных систем не установлена федеральными законами» при том, что данный закон посвящен практически только интернет-технологиям без ссылок на конкретные Рекомендации «Международного союза электросвязи»¹ и не носит общего правового характера.

В настоящее время большинство чиновников, журналистов, так называемых экспертов, да и представителей научного сообщества «ходят по кругу» в своих заблуждениях, смешивая материальный и нематериальный характер информации; отождествляя «базы данных» с «базами знаний», не различая объективный и субъективный характер информации; подменяя информационные коммуникации между людьми (т.е. общение) и информационные технологии сетями связи, основанные на принципах коммутации пакетов с использованием интернет-интерфейсов (протоколов); путают формы с видами информации; и т.д. Проблем с правовым регулированием коммуникаций с каждым годом становится все больше. Наиболее полно эти проблемы изложены в проекте «Концепции Информационного кодекса Российской Федерации»².

Нельзя не согласиться с основными положениями «Окинавской хартии...», которые провозглашают благие цели. За период с момента ее принятия прошло значительное время. Поэтому можно подвести предварительные итоги. Главным достижением современной России является распространение программно-технических средств для обеспечения работы широких слоев населения в глобальной международной сети интернет. На сегодня можно констатировать: России стала важнейшим участником процесса построения глобального информационного общества, а интернетизация охватывает уже более 70 % населения страны. Получить сведения по основным показателям развития информационного общества в России можно из «Годового отчета о ходе реализации и оценке эффективности государственной программы Российской Федерации «Информационное общество (2011-2020 годы)», утвержденного Минкомсвязи 25 апреля 2017 года, в котором одним из важнейших показателей является количество пользователей сети интернет. С одной стороны, можно приветствовать деятельность Минкомсвязи Рос-

¹ Международный союз электросвязи является специализированным учреждением Организации Объединенных Наций в области информационно-коммуникационных технологий – ИКТ. URL.: <https://www.itu.int/en/about/Pages/default.aspx>.

² Концепция Информационного кодекса Российской Федерации / Под ред. И.Л. Бачило – М. : ИГП РАН – Изд-во «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2014/ – С.19.

сии, которое следует в фарватере Рекомендаций МСЭ по повышению Индекса развития «информационного общества» – ИКТ (IDI), Данный индекс представляет собой интегрированное значение 11 показателей. С другой стороны, предложенная МСЭ система измерения «информационного общества», является несколько односторонней, так как не учитывает эффективность использования телекоммуникаций.

Необходимо обратить внимание на отсутствие до настоящего времени в России сколько-нибудь конкурентоспособного производства программно-технических средств связи и электронных компонентов. Таким образом, развитие информационного общества в России проводилось за счет закупок соответствующих программно-технических средств импортного производства. Западные страны практически исключили Россию из международного разделения труда в производстве средств связи и программного обеспечения для обработки информации. Точнее, Россия сама отказалась от производства высокотехнологичного оборудования, закрепив это положение на законодательном уровне. По умолчанию считалось, что развитие т.н. интернет-технологий должно проводиться за счет закупок программно-технических средств зарубежных производителей.

Различные потенциальные угрозы для нормального функционирования российского сегмента сети интернет за последние несколько лет преобразовались в реальные. Это связано с агрессивной политикой западных стран по отношению к России. Несмотря на осуществляемую гуманитарную агрессию по отношению к России со стороны западных транснациональных компаний, тенденции «недопонимания» последствий реализованных угроз информационному суверенитету государства усиливаются. Сложившееся положение отмечено в «Доктрине информационной безопасности Российской Федерации» 2016 года (пп. 16÷19)¹, а ущерб от замены устаревшего импортного оборудования связи на современное может оказаться катастрофическим для Российской экономики.

Краткий анализ зависимости устойчивого экономического роста от развития интернета показал, что развитие т.н. информационного общества в России не способствует развитию различных отраслей науки и промышленности, прежде всего связанных с разработкой, созданием и эксплуатацией программно-технических средств связи.

Повышение общественного благосостояния. Общественное благосостояние категория достаточно сложная. Поэтому при оценке благосостояния населения в стране исследователями используются различные показатели. В их формулировках можно увидеть некоторые базовые противоречия, когда оценка благосостояния касается только неимущих слоев населения или отдельного гражданина, или различных социаль-

¹ Указ Президента РФ от 5 декабря 2016 г. № 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации». СЗ РФ 12 декабря 2016 г. № 50 ст. 7074

ных групп. Оценить уровень благосостояния в России исходя из официальных статистических данных не представляется возможным, так как однозначного и общепринятого определения нет. Считается, что благосостояние выражается системой показателей, характеризующих уровень жизни, таких как: уровень распределения доходов, уровень бедности, качество жизни, уровень занятости, показатели образования и здоровья. При этом понятие общественного благосостояния в нормативных документах отсутствует, а государственная система статистики учитывает совсем другие показатели¹.

Возьмем для примера зависимость количества пользователей сети интернет с уровнем бедности. Статистика показывает, что, несмотря на постоянно повышающийся за последние годы уровень интернетизации, количество бедного населения увеличилось до 20 млн человек и имеет тенденцию к его увеличению, а не снижению. Более того, методологические материалы Госкомстата России не учитывают в расчете своих показателей количество пользователей сети интернет. Таким образом, выше упомянутая сформулированная цель – это идеологема, которая аксиоматично предполагает тождество: благосостояние – это наличие у каждого человека планеты программно-технических средств для доступа к сети интернет.

Стимулирование социального согласия и полной реализации их потенциала в области укрепления демократии. Основные положения указанного тезиса тесно переплетаются с такими понятиями как свобода слова; осуществление права на поиск, получение, передачу, производство и распространение информации; вовлечение широких слоев граждан в управление государством и т.д.

Однако при использовании современного интернета положительного результата достичь не удастся. На международном уровне роль глобальной сети в совершении т.н. «цветных революций» и с последующим свержением законных режимов нельзя переоценить. Подделка новостей и распространение их по социальным сетям из зон региональных конфликтов приводит к неадекватной реакции международного сообщества и постоянному возникновению конфликтов в ООН при попытке урегулировать конфликты демократическим путем. Подмена исторических фактов в интернете вызывает деструктуризацию социо-культурных отношений для тех или иных стран, основанных на традиционных нравственных ценностях. Так, например, украинский исследователь коммуникаций Г. Почепцов отмечает: «В свое время гуманитарным изобретением был роман, сегодня его сменили телесериалы. Роман был столь силен, что после текстов Гете или Карамзина начиналась волна самоубийств. Сегодня «Синие киты» интернета делают то же, но они индивидуально управляют будущей жертвой, а романы

¹ Федеральная служба государственной статистики. URL.: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/level/#

были массовым управлением, где самоубийство читателя было случайным, а не запрограммированным. Только украинская киберполиция, например, обнаружила почти тысячу таких групп в сети, из которых более 600 были заблокированы»¹.

Что касается России, то по официальным статистическим данным Роскомнадзора по состоянию на 2016 год, на основании судебных решений в Единый реестр было внесено более 41,8 тыс. ссылок на интернет-ресурсы, содержащие противоправную информацию (включая порядка 14,5 тыс. «веб-зеркал»). Вместо поиска и внедрения в практику механизмов достижения общественного согласия интернет уже стал инструментом инициации конфликтов, изменения отношения и изменения поведения, как отдельных социальных групп, так и множества отдельных граждан. Манипуляция сознанием, как технология управления большим массами населения, используется достаточно давно. Различные исследователи выделяют в основном следующие методы:

- применение отдельных фактов для обобщения и последующего изменения системных представлений человека;
- толкование различных событий в интересах отдельных социальных групп;
- устрашение якобы надвигающимися катастрофами и запугивание;
- обращение внимания на одни факты при сокрытии других;
- создание слухов и мистификаций;
- подмена понятий и смыслов и т.д.

Наибольшую угрозу представляют идеологемы, навязанные российским гражданам западным сообществом, которые скрывают истинные цели информационного воздействия под благовидным предлогом и направлены на длительные сроки этого воздействия. Зачастую используются методы нейро-лингвистического программирования (НЛП). Особую опасность вызывают идеологемы, закамуфлированные под результаты научных исследований.

Информацию и способы ее доведения до общества меняет само общество. Печатное дело с использованием бумаги изменило религиозное право на сакральные знания, газеты с освещением текущих событий существенным образом изменили скорость коммуникаций, изобретение электронных ламп, транзисторов, а затем и микросхем предопределило появление электросвязи, которая изменила возможности управления.

Интернет и современное состояние вычислительной техники, несомненно, можно считать величайшим достижением конца XX века, но предугадать тренды развития социальных отношений в эпоху интернета, пожалуй, не возьмется никто, кроме писателей-фантастов. Транс-

¹ Почетцов Г.Г., Коммуникации и гуманитарные изменения. Электронное СМИ «Media Sapiens». URL.: http://www.osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/kommunikatsii_i_gumanitarnye_izobreneniya/

границный обмен информацией, автоматизированные переводчики текстов с различных иностранных языков, хранение и обработка больших объемов данных, в том числе неформализованной информации на каком-либо национальном языке и другие инновации уже оказывают нивелирующее воздействие на культуру и традиции различных стран, трансформирует мировоззрение людей за счет искажения реальности в т.н. «виртуальном пространстве».

Транспарентное и ответственное управление. Принято считать, что информационные технологии повышают эффективность управления. Такие понятия, как «окрытое информационное общество», «электронное государство», «открытое правительство» уже прочно вошли в нашу жизнь.

Произвольное изложение «Открытым правительством» президентского указа № 601 от 7 мая 2012 г. «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» сводится к решению задач по обеспечению:

- открытости системы государственного управления;
- доступности и качества государственных услуг;
- вовлечения граждан в обсуждение, принятие и контроль исполнения государственных решений.

Имеет смысл обратить внимание на некоторые, мягко говоря, странности в реализации этого указа. В частности, на официальном сайте «Открытого правительства» (<http://open.gov.ru/event/5598187/>) провозглашается некая идеология: «Реализуя идеологию открытости на федеральном уровне, Правительство РФ в январе 2014 г. утвердило Концепцию открытости федеральных органов исполнительной власти (ФОИВ), ставшую основой Стандарта открытости ФОИВ». Данное положение носит антиконституционный характер и нарушает Статью 13 (п.2) Российской Конституции: «Никакая идеология не может устанавливаться в качестве государственной или обязательной»¹. Действительно, 20 сентября 2011 года по инициативе США и при поддержке 7 стран (Великобритания, Бразилия, Норвегия, Индонезия, Мексика, Филиппины, ЮАР) была учреждена международная организация «Open Government Partnership» (OGP) с целью расширения гражданского участия в общественных делах и поиска путей сделать деятельность правительства более прозрачной, гибкой, подотчетной и эффективной. В настоящее время (по состоянию на 2017 год) в этой организации участвуют 65 стран, среди которых Россия не числится.

Некоторые критики «Открытого правительства» отмечают: «По мнению экспертов, приведенный алгоритм перестройки государственного управления под предлагаемую США модель с большой вероятностью

¹ Конституция Российской Федерации. Официальный интернет портал правовой информации: URL.: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201408010002?index=0&rangeSize=1>

приведет в итоге к утрате руководством России контроля над ситуацией в стране (ради чего, в общем-то, и создавалось это партнерство). А учитывая, что в проект вовлечено значительное количество государств, эксперты сходятся во мнении, что «Открытое правительство» является новым стратегическим проектом США по созданию системы глобального управления иностранными государствами по всему миру»¹.

Анализ концепций, идеологией и проектами, связанных с «**транспарантным и ответственным управлением**», является задачей нетривиальной. Однако можно заметить, что качество управления в большей степени зависит от профессионализма управленцев, наличия у них соответствующих знаний и опыта, умения общаться со своими подчиненными на одном языке, брать на себя ответственность за принятые решения. Вопрос о том насколько Открытое правительство решает задачи, поставленные президентом России в Указе № 601 от 7 мая 2012 г., остается открытым. А вопрос стоимости предоставления государственных услуг в электронном виде остается закрытым.

Права человека. Истоки законодательного регулирования прав человека закреплены главой 2 Конституции Российской Федерации. Права человека в современном обществе рассмотрены достаточно детально различными исследователями. В данной статье представляется целесообразным остановиться только на двух аспектах прав человека, связанных с коммуникациями:

1. Передача (прием) информации по техническим каналам связи между двумя субъектами:

– статья 23. «Каждый имеет право на тайну переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных и иных сообщений. Ограничение этого права допускается только на основании судебного решения».

– Статья 24. «Сбор, хранение, использование и распространение информации о частной жизни лица без его согласия не допускаются».

2. Коммуникации между множеством субъектов посредством информации:

– Статья 29 (п.4) «Каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом».

12 декабря 2018 года исполняется 25 лет с даты принятия Конституции Российской Федерации. Несмотря на грандиозные по сравнению с предыдущим историческим опытом изменения в области телекоммуникаций, Конституция не претерпела существенных изменений в части вышеуказанных статей. Естественно, интернет «смешал все карты».

Конституционная Статья 23 предусматривает общение (коммуникацию) субъектов непосредственно друг с другом посредством систем

¹ Информационное агентство "Uraldaily.ru". URL.: <http://uraldaily.ru/biznes/april/16/otkrytoe-pravitelstvo-predatelstvo>

связи. Это было обусловлено уровнем развития систем связи на тот период, когда в основу были положены принципы коммутации каналов и установления соединений между двумя абонентами. Такие принципы были характерны и для передачи речи (телефонная связь), и передачи данных (телеграфная связь), а также неподвижных (факсимильная связь) и подвижных изображений (видео связь, телевидение). Для каждого из этих видов связи существовали технические стандарты, регламентирующие не только достаточно жесткий порядок разработки, создания и эксплуатации программно-технических средств, но и конкретные требования к их характеристикам и методам оценки качества.

В развитии интернета можно выделить две основные вехи: внедрение программного обеспечения электронной почты (отложенная доставка сообщений) и комплекса программного обеспечения для веб-интерфейса (*Web Interface*, англ.). Общим для этих программных комплексов является размещение на компьютере пользователей некой программной оболочки – браузера (*Web browser*, англ.), позволяющей осуществлять удаленный доступ по каналам связи к программному обеспечению, и базам данных, размещенных на вычислительных комплексах – веб-серверах (*Web server*, англ.). Причем эти серверы не всегда могут находиться в юрисдикции того или иного государства.

Вышеуказанные обстоятельства являются определяющими для правоотношений. Пользователь сети интернет практически добровольно передает владельцам серверов свою информацию, к которой имеется возможность неконтролируемого доступа со стороны пользователей. Существовавшие в прошлом веке сети связи общего пользования с разделением на телефонную, телеграфную и сети с интеграцией услуг ушли в небытие, а интернет заменил собой эти сети (см. Федеральный закон «О связи» (126-ФЗ). Таким образом, конституционное право на тайну телефонных переговоров, передачи данных и иных сообщений в настоящее время российским гражданам не гарантируется.

Еще одно конституционное положение из прошлого века о «праве свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом» также требует переосмысления. Основным законом, регулирующим это положение, на тот период (1993 год) служил Закон РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации». В соответствии с законом под массовой информацией понимаются «предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы» и, естественно, все действия с информацией должны осуществляться неким юридическим лицом, являющимся средством массовой информации. По закону «под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием)».

Современные программно-технические средства интернета позволяют создавать различные системы для распространения информации неограниченному кругу пользователей, такие как, например, веб-сайт, социальные сети и т.д. Но мы не «заметили» одного из самых главных условий: если информация распространяется среди миллионов граждан, то организационно-техническая система должна быть зарегистрирована как средство массовой информации. Такое утверждение может быть подвержено критике – обязательная регистрация интернет-сайтов и т.д. в качестве СМИ, якобы, нарушает конституционные права о свободе слова. Однако, по нашему мнению, российские граждане должны иметь право знать: является ли тот или иной информационный ресурс средством массовой информации или это спецоперация иностранных спецслужб или, что еще хуже, результатом интеллектуальной деятельности отдельных граждан с извращенным сознанием, которым все равно какую информацию размещать на своих сайтах лишь бы получать рекламное финансирование? Если уж российское законодательство допускает существование сайтов в информационно-телекоммуникационной сети интернет, не зарегистрированных в качестве средства массовой информации, то имеет смысл хотя бы лишение владельцев этих сайтов возможности заниматься рекламной деятельностью. Гражданин должен иметь право на достоверную информацию, а государство обязано ему в этом помочь.

Реальная практика жизни показала, что использование сети интернет далеко не всегда несет благо. Так называемые «информационные войны», как основной двигатель цветных революций; сбой оборудования в торговых сетях, приносящие многомиллионные убытки; замалчиваемый банкирами ради сохранения репутации финансовый ущерб; навязанные интернет-услуги и мошенничество, кража интеллектуальной собственности и репутации – это тоже все интернет.

Экономическая глобализация и либерализм, поддерживаемый интернетом во всех его проявлениях, фрагментирует сознание людей во всем мире, негативно влияет на изменение отношения к традиционным для каждого народа духовно-нравственным ценностям и провоцирует большое количество людей на поступки, не свойственные их культурным традициям. Представляется, что оценка влияния информации на людей и автоматизация рутинных процессов с использованием электронно-вычислительной техники при массовом применении должны стать основой политики любого суверенного государства. Информационное общество должно научиться измерять не только эффективность различных телекоммуникационных технологий и потенциальные угрозы, но и возможный ущерб.

Одной из основных технологий инфо-коммуникаций является язык общения – для России это русский язык. В соответствии с Федеральным законом от 1 июня 2005 г. № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» русский язык при-

нят в качестве государственного языка общения. Уместно обратить внимание на отсутствие в данном законе нормы права, закрепляющей свободное распространение среди неограниченного круга, как это принято в других федеральных законах об информации. А пока с правовой точки зрения можно констатировать: русский язык является собственностью издательства «АСТ». Справка из «Википедии»: в группу «АСТ» входит более ста компаний, владельцем большей их части является кипрский офшор А.А.В.Р. Advanced Achievement Books Publishers Ltd.

Современная наука рассматривает человека в неразрывном единстве трех составляющих – физическая, психо-физиологическая и социальная. Как сказал советский писатель и поэт Вадим Шэфнер: «Словом можно и убить, словом можно и спасти, словом можно полки за собой повести.....». К сожалению, современное общество сконцентрировало свое внимание при рассмотрении феномена информации, прежде всего, на проблемах интернета, а не на содержательной сущности коммуникаций. Представляется, что правовое регулирование в информационной сфере является достаточно сложной задачей, учитывающей современные научные достижения в социологии, психологии, медицине, экономике, политологии, культурологии, лингвистике. Уже на протяжении нескольких лет Институт государства и права Российской Академии наук (ИГП РАН) инициирует рассмотрение «Информационного Кодекса Российской Академии наук». Но широкого общественного отклика он так и не получил.

Литература:

- *С.И. Бочков С.И., Федичев А.И.* О ценности информации на различных этапах жизненного цикла //Правовая информатика, 1916, № 3.
- Конституция Российской Федерации. Официальный интернет портал правовой информации: URL.: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201408010002?index=0&rangeSize=1>.
- Гражданский кодекс Российской Федерации. Информационно-правовая система «Гарант». URL.: <http://base.garant.ru/10164072/9/#ixzz53QBVD2XY>.
- Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ (с изменениями и дополнениями). Собрание законодательства Российской Федерации от 31 июля 2006 года № 31 (часть I) ст.3448.
- Федеральный закон от 29 июня 2015 г. № 162-ФЗ «О стандартизации в Российской Федерации». Собрание законодательства Российской Федерации от 6 июля 2015 г. N 27 ст. 3953
- Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы», Официальный сайт Президента Российской Федерации: URL.:<http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919>.

- Указ Президента РФ от 5 декабря 2016 г. № 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации». Собрание законодательства Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. № 50 ст. 7074.
- «Окинавская хартия глобального информационного общества» от 21 июля 2000 года.
- <http://base.garant.ru/2560931/>.
- Концепция Информационного кодекса Российской Федерации / Под ред. И.Л. Бачило – М.: ИГП РАН – Изд-во «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2014. – 192 с. ISBN 9 78-5-88373-409-9, стр.19.

Общественное здоровье как проблемно-тематическое направление СМИ: новая заявка для информационной повестки

Кажберова В.В., руководитель пресс-службы/заместитель директора Департамента общественного здоровья и коммуникаций Минздрава России; e-mail: kzhberovavv@gmail.com

В статье рассматривается вопрос о становлении в обществе понимания общественного здоровья как социального института, основанного на ценностном подходе к здоровью каждого человека. Автор видит свою задачу в том, чтобы выявить, какую роль в этом процессе должны сыграть социальные коммуникации и, в частности, средства массовой информации.

Ключевые слова: общественное здоровье, здоровье человека, СМИ, общественное сознание, информационная повестка.

1. История понятия и обозначение научной проблемы

Понятие «общественное здоровье» – калька с англоязычного «public health», однако его трактовки, социальная и общественная значимость, история развития в российской и зарубежной практике существенно различаются.

Считается, что одно из первых определений public health в англоязычной литературе было дано еще Уинслоу¹ в 1920 году. Он определил public health как «science and art of preventing disease, prolonging life, promoting health and efficiency through organized community efforts». Основные компоненты определения, в сущности, с тех пор остались неизменными: акцент на профилактику наиболее серьезных заболеваний, увеличение продолжительности жизни, забота о здоровье как предмет деятельности всего общества и его институтов, включая политические, правовые, экономические, социальные и другие аспекты.

Эволюция понятия привела к тому, что с 1989 года начинается период global health и global public health². Это свидетельствует о том, что в сознании мирового сообщества понятие общественного здоровья выходит за рамки отдельного государства. Забота об общественном здо-

¹Winslow C.E. The untilled fields of public health. // Science. – 1920. – Vol.51. – P. 23-33

² Характерно, что в русскоязычной языковой картине мира точного соответствия понятию global public health в настоящее время не существует.

ровье становится достижением цивилизации в планетарном масштабе. Понятийный аппарат public health все более обогащается, затрагивая даже культурную и бытовую сферы жизни, что говорит о внедрении его в массовое сознание.

Российская система здравоохранения, в отличие от западной, пришла к осознанию индивидуальной ответственности человека за свое здоровье не сразу: этап патерналистского патриархального подхода, сложившийся в тоталитарную эпоху, затянулся и сейчас мы ещё только в начале пути. Большинство людей только подходит к пониманию того, что персональное здоровье и здоровье близких – это особая ценность, о которой важно заботиться, самостоятельно модулируя процесс взаимодействия с врачами, медицинскими организациями, создавая необходимую среду, включающую физическую и социальную активность, правильное питание, профилактику заболеваний и зависимостей, контроль нагрузок (в том числе эмоциональных – стресс, усталость, эмоциональное «выгорание»)¹. Сегодня положение таково: роль системы здравоохранения в сохранении общественного здоровья не является лидирующей: по некоторым оценкам, она составляет не более 10 %². Все большее значение приобретают поведенческие факторы, мотивация, ценностные ориентиры человека, направленные на сохранение здоровья. Это делает проблематику становления общественного здоровья как института общества крайне актуальной для нашей страны.

Надо сказать, что масштабные научные исследования в области общественного здоровья появились еще в 80-х гг. прошлого века³, и это привело к созданию новой науки – «санологии» как направления медицины, изучающего сохранение и укрепление здоровья у здорового человека. Интересно, что определение самого понятия «здоровья» было дано ВОЗ еще в 1946 году, в Преамбуле к Уставу ВОЗ, и с тех пор практически не изменилось: это «состояние полного физического, душевного и социального благополучия, а не только отсутствие болезней и физических дефектов»⁴. Таким образом, понятие здоровья – ценностное, комплексное, включает в себя физический, душевный и социальный аспект (социальное здоровье), что указывает на способность человека адекватно контактировать с социумом. Общественное здоровье

¹ Принцип персональной ответственности за здоровье зафиксирован в одном из четырех принципов медицины будущего – «принципах четырех Р»: predictive («предсказательность»), precautinary («превентивность»), personification («персонализация») и participatory («партиципативность», «вовлеченность»).

² Лисицын Ю.П. Здоровье населения и современные теории медицины. – М.: Медицина, 1982.

³ Указ. соч.

⁴ Преамбула к Уставу Всемирной организации здравоохранения. Принят Международной конференцией здравоохранения, Нью-Йорк, 19-22 июня 1946 года. Подписан 22 июля 1946 года представителями 61 страны, вступил в силу 7 апреля 1948 года. // <http://www.who.int/suggestions/faq/ru/>

в этом ключе – система общественного взаимодействия, призванная обеспечить все перечисленные аспекты здоровья для каждого человека (индивидуальное здоровье), групп людей и общества в целом.

Опорным пунктом для становления понятия «общественное здоровье» среди научного и профессионального сообщества в настоящее время стали материалы Первой Глобальной министерской конференции Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) по здоровому образу жизни (ЗОЖ) и неинфекционным заболеваниям (НИЗ), которая состоялась в 2011 году. В 2013 году был разработан Глобальный план действий по профилактике и контролю НИЗ на 2013-2020 гг. В 2015 году в Российской Федерации открылся географически удаленный офис ВОЗ по борьбе с НИЗ, основной задачей которого является изучение методов борьбы с НИЗ в масштабе *global public health* и разработка методических рекомендаций для стран-участников.

Однако в общественном сознании понятие и проблематика общественного здоровья до сих пор слабо отражены. Это подтверждает недостаточная осведомленность населения в вопросах общественного здоровья. Она проявляется даже у стейкхолдеров – субъектов, непосредственно включенных в процесс формирования и становления общественного здоровья¹. Скажем, ключевым механизмом реализации идеи общественного здоровья должно стать межведомственное взаимодействие. О том, что его надлежит реализовывать, говорится в ст. 30 Федерального закона «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» от 21 ноября 2011 г. № 323-ФЗ. Но вопрос, как реализовывать, остаётся открытым: конкретные методы межведомственного взаимодействия в нем не прописаны. В 2015 году принята «Стратегия формирования здорового образа жизни населения, профилактики и контроля неинфекционных заболеваний на период до 2025 года», где опять говорится о необходимости межведомственного взаимодействия для создания единого профилактического пространства, профилактической среды обитания, что является «условием национальной безопасности в долгосрочной перспективе». Однако и до сих пор общественное здоровье как системное понятие не включает в себя четкие, понятные, объективные критерии ведомственной ответственности, критерии оценки, алгоритмы взаимодействия, что приводит к дроблению, размыванию и, в конечном итоге, нивелированию понятия «общественное здоровье».

В итоге к понятию общественного здоровья обращается, в основном, узкий круг специалистов, трактуя его чаще всего в ключе основных документов ВОЗ и Стратегии². При этом часто ускользает основной смысл

¹ От англ. *stakeholder*, букв. «владелец доли», «совладелец» (в бизнесе).

² Российское профессиональное медицинское сообщество традиционно связывает понятие общественного здоровья с глобальными мировыми планами борьбы с НИЗ: структура НИЗ включает в себя четыре группы: сердечно-сосудистые заболевания, злокачественные новообразования, ХОБЛ, сахарный диабет, и именно этими заболеваниями

понятия – прежде всего, как общественного института, нацеленного на сохранение (сбережение!) здоровья населения и включающего в себя правовые, экономические, социальные, трудовые, санитарно-эпидемиологические, медицинские, психологические и другие аспекты.

Общество в настоящий момент времени не полностью сознает себя как субъект общественного здоровья, фокусируя внимание на отдельных составляющих данного феномена (профилактика, здоровый образ жизни, правильное питание, экология и т.д.) и не обобщая их *в целостную систему общественных отношений, основанную на поддержании персонального здоровья человека как базовой ценности всего социума*. Об этом говорит, в частности, обзор СМИ и социальных медиа как элементов, отражающих уровень общественного осознания понятия public health. Как говорилось выше, понятийный аппарат общественного здоровья недостаточно четок, размыт, часто смешивается с более узкими понятиями «медицины», «здравоохранения», «здорового образа жизни».

В то же время именно целостное системное понимание общественного здоровья могло бы стать фундаментом, который способен объединить государственные и ведомственные усилия с усилиями каждого человека и общества в целом. Автор статьи видит свою задачу в том, чтобы прояснить, какую роль в этом процессе должны сыграть социальные коммуникации и, в частности, средства массовой информации.

2. Возможности и задачи СМИ в продвижении целостного представления об общественном здоровье

Система СМИ, как известно, представляет собой социальный институт, объединяющий производство и распространение массовой информации с помощью совокупности определённых каналов коммуникаций и специальных коммуникационных технологий. Понятно, что ни одна идея не может стать достоянием общественного сознания, минуя систему коммуникаций. Относится это и к освоению массами идеи общественного здоровья как целостной системы общественных отношений, основанной на обеспечении персонального здоровья человека – базовой общественной ценности. В такой связи важной научной задачей становится анализ возможностей, функций, стратегий СМИ в распро-

вызваны 68,5 % от общей смертности населения в РФ. С этой группой заболеваний специалисты связывают единую структуру факторов риска, воздействие на которые дает эффективное снижение смертности по всем четырем группам: большую часть факторов риска легко предотвратить, поскольку связана с поведенческими факторами, здоровым образом жизни (ЗОЖ). В данной интерпретации, для снижения факторов риска и обострений заболеваний и служит общественное здоровье. // «Стратегия формирования здорового образа жизни населения, профилактики и контроля неинфекционных заболеваний на период до 2025 года», с. 2-5. – 2015.

странении знаний и формировании общественного мнения о public health.

В свете данной задачи представляется целесообразным рассмотреть основные аспекты становления общественного здоровья в России как импульс к формированию структурных компонентов информационной повестки современных СМИ. Представление о том, как они могут быть связаны, даёт следующая таблица (см. табл. 1).

Таблица 1.

Основные аспекты становления общественного здоровья (ОЗ)	Структура массовых информационных потоков
<p>Правовой:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Совершенствование законодательной базы по вопросам ОЗ и межведомственного взаимодействия - Разъяснение алгоритмов взаимодействия субъектов ОЗ - Разъяснение прав граждан в сфере ОЗ и смежных сферах (в т.ч. в сферах охраны труда, питания, лекарственного обеспечения) 	<p>Новостные, аналитические тексты, поднимающие и разъясняющие вопросы, лежащие в правовом поле ОЗ // Общественно-политические, деловые, государственные издания, медицинские издания</p> <p>Жанровая палитра: Аналитическая статья, обзор, интервью, заметка, новость</p> <p>Пример: «Минздрав подготовил второй вариант стратегии формирования здорового образа жизни», 21 ноября 2017, «Медицинский вестник»</p>
<p>Социальный:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Развитие самосознания и самоидентификации общества как субъекта ОЗ - Поддержка общественных организаций, направленных на развитие ОЗ - Формирование системы социальных отношений, где здоровье человека является одной из базовых ценностей - Разработка программ для поддержания малоимущих семей, семей с низким и нестабильным доходом (льготные программы ЗОЖ, вакцинация, питание и т.д.) 	<p>Аналитические тексты, интервью, другие материалы, раскрывающие роль общества как субъекта ОЗ; несущие в себе примеры позитивного взаимодействия; формирующие структуру ценностей ОЗ // Общественно-политические, деловые, life-style, социальные медиа</p> <p>Жанровая палитра: Аналитическая статья, обзор, заметка, комментарий, опрос, мониторинг, блог</p> <p>Пример: «СМИ продвигают здоровье человека», Елена Варганова http://nu.s-vfu.ru/expert_opinion/smi-prodvigayut-zdorove-cheloveka/</p>

<p>Экономический: -Создание экономической базы для благополучия человека -Формирование правильных приоритетов в распределении доходов (приоритет ОЗ в противовес массовой рекламе продуктов потребления)</p>	<p>Тексты, формирующие представление об ОЗ как наиболее правильном вложении средств при личном бюджетном планировании; тексты, разъясняющие экономические аспекты ОЗ // Общественно-политические, финансовые, life-style издания</p> <p>Жанровая палитра: Аналитическая статья, обзор, заметка, комментарий, блог</p> <p>Пример: «Сколько нужно денег, чтобы быть здоровым?», портал «ПulsПлюс», http://pulsplus.ru/talking-about-it/skolko-nuzhno-deneg-chtoby-byt-zdorovym/</p>
<p>Технологический - Информирование о достижениях медицины, технологиях, препаратах - Информирование о возможностях телемедицины и ресурсов Big Data, сервисов электронной записи к врачу и т.д. - Информирование о новых возможностях создания «безопасной среды» в сферах питания, экологии, гигиены человека, строительства и т.д.</p>	<p>Новостные и аналитические тексты, информирующие о технологических достижениях в контексте ОЗ (персональная ответственность за здоровье), рекламно-справочные материалы // Издания о новых технологиях, медицинские и научные издания, массовые издания</p> <p>Жанровая палитра: Новость, анализ рынка, интервью, рекламная заметка, справка, инфографика</p> <p>Пример: рекламный материал «Мобильное здоровье»¹</p>
<p>Культурный - Создание массового контента, направленного на популяризацию ОЗ среди населения, включая детей и подростков</p>	<p>Тексты, обладающие высоким потенциалом релаксации, которые включают в себя понятие ОЗ как базовой ценности (образцы поведения, примеры взаимодействия) // Массовые издания, «глянец», социальные медиа</p> <p>Жанровая палитра: Видеофильм, видеоролик, пьеса, заметка, очерк, фельетон, игра, кроссворд, конкурс, инфографика, фоторепортаж, коллаж</p> <p>Пример: материалы сайта «Здравком» http://zdravkom.ru/</p>

<p>Экологический</p> <ul style="list-style-type: none"> - Пропаганда антитабачной политики, поддержка мер, направленных на создание «бездымной среды» - Популяризация основных экологических мер (нормы для локализации производств, защита лесов, и т.д.). 	<p>Тексты, включающие в себя понятие экологии как одной из ценностей в современном мире // Общественно-политические, научные, массовые издания, социальные медиа, life-style издания</p> <p>Жанровая палитра: Аналитическая статья, новость, комментарий, обзор, заметка, блог</p> <p>Пример: научная статья «Экология и здоровье человека», журнал «Молодой ученый», https://moluch.ru/archive/101/22807/</p>
<p>Медицинский</p> <ul style="list-style-type: none"> - Реализация принципов равной доступности к возможностям современной медицины - Пропаганда вакцинации населения против наиболее опасных заболеваний - Борьба с зависимостями (антитабачная и антиалкогольная политика) - Популяризация профилактических мер (своевременные обследования, наблюдение у врача, отказ от самолечения), информирование о Центрах здоровья 	<p>Тексты, информирующие о состоянии современной медицины в контексте ОЗ; разъясняющие понятие ОЗ с акцентом на профилактику заболеваний; формирующие ответственность в сфере ОЗ как специалистов-медиков, так и граждан // Общественно-политические, социальные медиа, медицинские, научные издания</p> <p>Жанровая палитра: Статья, научная статья, новость, заметка, интервью, обзор, комментарий, блог</p> <p>Пример: «Профилактика и обследование: как работают центры здоровья при поликлиниках», 1 апреля 2015, «Москва-24»</p>
<p>Образовательный</p> <ul style="list-style-type: none"> - Разработка образовательных программ, направленных на информирование о всех аспектах ОЗ, включая ЗОЖ и правильное питание 	<p>Тексты с высоким образовательным и просветительским потенциалом, мотивирующие тексты, ценностно-ориентирующие тексты // Общественно-массовые, массовые, life-style, образовательные издания, социальные медиа</p> <p>Жанровая палитра: Статья, заметка, материалы жанра «испытано на себе», репортаж, фоторепортаж, инфографика, игра, кроссворд, видеофильм, сценарий</p> <p>Пример: сценарий «Путешествие в страну здоровья» http://www.maam.ru/detskijasad/tema-puteshestvie-v-stranu-zdorovja-scenarii-obrazovatelnoi-deyatelnosti-v-starshei-grupe.html</p>

¹ URL.: https://media.ssl.mts.ru/technologies/124533/?utm_source=mts_media&utm_medium=mts_media&utm_campaign=124533_mts_media

Отметим, что в таблице затронуты только основные, «магистральные» направления. Срезом общественного здоровья как института общества, системы общественных ценностей может быть существенно больше, включая такие аспекты, как врачебная и медицинская этика, навыки правильного взаимодействия в связке «врач – пациент» в контексте новых технологических достижений, воспитание дошкольников и школьников, пробелы трудового законодательства и так далее. Например, использование технологий телемедицины и ресурсов Big Data, внедрение программ и приборов удаленного мониторинга состояния человека с постоянной передачей данных врачу или ассистенту – уже не научная фантастика, а возможности, которые прямо сейчас, пусть и недостаточно широко, применяются во врачебной практике. Остаются открытыми вопросы: насколько этична удаленная передача данных о здоровье пациента? Как ограничить доступ к ним? Какие функции должен выполнять врач, если на него в скором будущем уже не будут возложены обязанности диагностировать заболевание и отслеживать состояние пациента? По всей видимости, новые реалии действительности должны запустить процесс переосмысления обязанностей врача, этических профессиональных норм, навыков общения с пациентом, в том числе – акцент на информирование, ценностное программирование, психологическую поддержку человека, обращающегося за медицинской помощью. Здесь на первый план выходят уже не вопросы диагностики и лечения заболеваний, а вопросы базового доверия медицинскому специалисту, приверженности лечению, мотивации на сохранение здоровья и ЗОЖ.

И, если это действительно так, в формировании новых требований к профессии врача должно участвовать все общество, медицинское сообщество, а также СМИ, способные отразить изменившийся общественный запрос, обозначить возможные профессиональные, социальные, этические коллизии, переформулировать цели и задачи профессии.

Разумеется, неверно было бы утверждать, что тексты, приведенные в таблице, в настоящее время полностью отсутствуют в системе СМИ. Напротив, темы профилактики, правильного питания, необходимости занятий гимнастикой достаточно часто встречаются в массовой прессе. Но дело в том, что такие тексты на страницах массовых и специализированных изданий в настоящее время не содержат *системного представления* об общественном здоровье, не отражают всю палитру правовых, социальных, экономических, образовательных и иных его составляющих. А для формирования единого понятийного аппарата, доступного всем слоям общества, профессиональному медицинскому сообществу, органам власти и ведомствам, представляется насущно необходимой именно информационная посылка, раскрывающая весь комплекс проблем общественного здоровья.

Важно подчеркнуть идеологическую составляющую текстов об общественном здоровье: населению страны необходимо осознавать ответственность за формирование общественного здоровья, его направление разви-

тия и текущее состояние, воздерживаясь от необдуманного копирования зарубежных образцов. Это значит, что тексты об общественном здоровье должны содержать ярко выраженную мотивационную, просветительскую, ценностно-ориентирующую составляющую, не отклоняясь при этом от реалий современной действительности.

Не менее значимым аспектом информационной повестки является социальная направленность текстов об общественном здоровье, прежде всего обеспечение равного доступа граждан к информации, технологическим достижениям, медицинской помощи.

В то же время при помощи общественно-политических, общественных, деловых изданий необходимо информировать субъекты общественного здоровья о важности совершенствования законодательной базы общественного здоровья, особенно в части межведомственного взаимодействия, его направлений, смыслового наполнения, алгоритмов.

Особой заботой при разработке информационной повестки, связанной с проблематикой здоровья, должно стать жанрово-стилистическое решение предлагаемых материалов. Недопустимо предлагать читателю осмыслить задачи, о которых идёт речь, в стилистике официальных документов. Коммуникативная стратегия авторов данного ряда публикаций может принести необходимые результаты только в том случае, если будет рассчитана на эмоциональное подключение читателя к разговору, если будет вовлекать его в коллективный творческий процесс. В ряду публикаций этой тематики видятся материалы всей палитры жанров журналистского текста – от очерков и интервью до блогов, включаемых в группу «социальные медиа».

Заинтересованный творческий подход редакционных коллективов к формированию и осуществлению информационной повестки – обязательное условие для того, чтобы в стране было сформировано информационное поле, благоприятное для развития общественного здоровья.

Литература:

- *Winslow C.E.* The untilled fields of public health. // *Science*. – 1920. – Vol.51. – P. 23-33.
- *Лисицын Ю.П.* Здоровье населения и современные теории медицины. – М.: Медицина, 1982.
- *Лазутина Г.В.* Деонтология в системе научных представлений о журналистике (по результатам самопознания профессии на конец 2016 года) // *Современная журналистика в аспекте деонтологии* / ред.-сост. Г.В. Лазутина, И.А.Панков. М.: ф-т журн. МГУ им. М.В.Ломоносова, 2017.

Медиа-2017

Голубева А.А.¹, колумнист сайта Colta.ru.

В канун 2018 года на сайте Colta.ru появилась статья известной журналистки Анны Голубевой, в которой она достаточно подробно описывает изменения на информационном поле страны, произошедшие в 2017 году. Статья написана на обширной источниковедческой базе и представляет интерес научный интерес для всех, кого интересует нынешнее положение отечественной журналистики, средств массовой информации и журналистов.

Ключевые слова: медиа, тренды, свобода слова, иностранный агент, социальные сети.

Бумага, онлайн, ТВ и соцсети Медиа – тренды и события. Свобода слова: ограниченно

В международном рейтинге свободы слова, который ежегодно составляют «Репортеры без границ», Россия заняла 148-е место из 180. Ограничения, которым государство прямо и косвенно подвергало медиа в уходящем году, явно усугубят эту ситуацию.

В мае президент Путин утвердил «Стратегию развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 гг.», которая будет регулировать деятельность не только лицензированных СМИ, но и всех сетевых сервисов, похожих на СМИ.

Летом приняты поправки в закон о государственной охране – они ограничивают доступ журналистов к информации об имуществе госчиновников и их близких.

В течение года Роскомнадзор заблокировал мессенджеры, отказавшиеся раскрывать данные о своих пользователях, а также сайты медиа, признанных экстремистскими, – в частности, «Спутника и погрома» и «Открытой России».

С 1 ноября вступил в силу закон о запрете анонимайзеров, который ограничивает доступ к ресурсам, заблокированным на территории России.

В ноябре Путин утвердил изменения в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», который вводит статус «иностранного агента» для СМИ и разрешает быструю блокировку сайтов «нежелательных» организаций.

В декабре Министерство юстиции назвало СМИ, выполняющие функции иностранного агента: «Голос Америки», «Радио Свобода», телеканал «Настоящее время» и еще несколько медиа.

Впереди новые ограничения. Госдума предлагает распространить

¹ URL.: <https://www.colta.ru/articles/media/17013>.

статус иностранного агента на аккаунты иностранных медиа в социальных сетях и на сами соцсети. А Минкомсвязь требует допустить Роскомнадзор к персональным данным родственников владельцев СМИ, которые могут оказаться иностранцами.

Пропаганда и контрпропаганда

Шум вокруг российской пропаганды и вмешательства русских хакеров в американские выборы, официально признанного президентом Трампом, не мог не привести к ответным мерам.

Поисковик Google начал выявлять в интернете политизированную рекламу, размещенную подозрительными пользователями YouTube и Gmail в интересах пророссийской пропаганды, – в процесс включилась и компания Microsoft.

В начале ноября Минюст США потребовал от телеканала RT регистрации в качестве иностранного агента. Тогда же новостной портал ФАН, который связывают с близким к Путину предпринимателем Евгением Пригожиным, объявил, что Google закрыл доступ к ресурсам агентства, – правда, через несколько дней он восстановился. Позже Google заявил о готовности ранжировать в поисковой выдаче пропагандистские новости, в первую очередь, исходящие от российских сайтов RT и Sputnik. После чего Госдума приняла решение запретить американским журналистам доступ в здание.

Конец года ознаменовался блокировкой инстаграм-аккаунта Рамзана Кадырова – Фейсбук объяснил ее санкциями, введенными в США против главы Чечни.

Борьба с фейком

Тема фейковых новостей, прежде занимавшая, главным образом, профессионалов медиа, в этом году обсуждалась максимально широко чему тоже во многом способствовал президент Трамп, обвинивший в производстве фейковых новостей практически все ведущие медиа Америки, а заодно и Фейсбук. Так или иначе, за борьбу с фейком взялись серьезно. Основатель Википедии Джимми Уэйлс запустил портал Wikitribune, который производит свои достоверные новости и проверяет на достоверность чужие. Поисковик Google с весны ввел повсеместно функцию фактчекинга и начал помечать достоверные новости. Социальная сеть Фейсбук теперь маркирует сомнительные источники специальным значком, а пользователю, желающему перейти по ссылке на такой источник, предлагает проверенные варианты, кроме того, запустила образовательную платформу, которая учит создателей и читателей медиа грамотно оценивать информацию. Браузер Mozilla этой зимой объявил грант \$40 000 на разработку эффективного проекта по борьбе с фейк-новостями в сети.

Новые владельцы и новые главреды

Медиахолдинг РБК в этом году перешел от Михаила Прохорова в руки Григория Березкина, после чего произошла смена команды, РБК-ТВ возглавил Игорь Полетаев с НТВ, а вскоре появились слухи об изменении информационной политики. Портал «Сноб» Михаил Прохоров продал гендиректору Марине Геворкян, пообещавшей развивать его как независимое медиа. Главным редактором «Сноба» стал тележурналист Станислав Кучер.

Александр Мамут, который с начала года безраздельно владеет холдингом Rambler&Co, похоже, увлекся кинопрокатом и несколько охладел к медиа. В СМИ холдинга произошли в этом году сокращения и смена рулевых: руководить «Афишей» вместо Екатерины Дементьевой назначены Мария Наумова и Филипп Вуячич, «Секретом фирмы» вместо Николая Кононова – Дарья Черкудинова, порталом Lenta.ru вместо Александра Белоновского – Владимир Тодоров.

Белоновский в итоге возглавил обновленный интернет-портал IZ.ru, который в ходе оптимизации холдинга НМГ слился в единую редакцию с информационными ресурсами телеканала РЕН ТВ, Пятого канала, телеканала «78» и телеканала «Известия».

Медиаимперия Арама Габрелянова рассыпалась на десятки стартапов разной степени самостоятельности. Планы сделать из Life российский BuzzFeed окончательно забыты. Габрелянов выступил инвестором нескольких проектов – скорее, лотерея, чем расчет. Некоторые из них – новостной телеграм-канал Mash и агентство нативной рекламы «Измю» со своим «Дружко-шоу» – оказались успешными, но успех в такой волатильной области, как медиастартапы, – дело изменчивое.

Медиахолдинг Look at Media в результате объединения с CreativeMedia породнился с сетевым таблоидом Spletnik.ru, который возглавила ведущая «Дождя» Татьяна Арно, – в будущем году ему предстоит перезапуск.

Новым главредом «Ведомостей» после ухода Татьяны Лысовой стал Илья Булавинов, прежде возглавлявший сайты Первого канала и РИА Новости; это вызвало некоторые опасения у журналистов издания, потребовавших объяснений от члена совета директоров газеты Демьяна Кудрявцева.

Кинокритик Антон Долин возглавил журнал «Искусство кино», литературный критик Константин Мильчин – портал о книгах и чтении «Горький». В этом году сменились даже главреды-старожилы. На место Николая Зятькова, руководившего «Аргументами и фактами» 15 лет, пришел Игорь Черняк из «Российской газеты», а редактором «Новой» после Дмитрия Муратова, занимавшего этот пост 22 года, стал ее гендиректор Сергей Кожеуров.

Бумага

Заккрытие бумажных изданий давно перестало кого-либо удивлять. Год начался с известия, что ИД «Коммерсантъ» закрывает два знаменитых журнала – «Деньги» и «Власть». В последующие месяцы закрылись: журнал «Компания», бумажная версия газеты The Moscow Times, которую так бодро возродила было в прошлом году новая команда, бумажная версия еженедельника The New Times, глянцевого Woman's Health.

В России этот процесс идет быстрее, чем, например, в странах с давними традициями печатной прессы и глубокими отношениями между нею и читателем – будь то вековой обычай публиковать в газете объявления о помолвке или вековая привычка читать газеты в кафе. Тем не менее, бумага умирает и там. В минувшем году The Wall Street Journal прекратил выпуск бумажных версий в Европе и Азии. Закрылся британский Glamour. А британским Guardian и Observer пришлось ради оптимизации перейти с газетного на таблоидный формат.

На этом фоне возвращение к жизни бумажного «Русского репортера», не выходявшего восемь месяцев, выглядит слегка пугающе – а не зомбли это?

Но больше всего удивляет живучесть «Плейбоя», который в прошлом году потерял своего основателя Хью Хефнера. Несмотря на сокращение аудитории и трудности с лицензией, крамольный журнал удержался на российском рынке. Директор журнала Купер Хефнер заявил о возвращении на его страницы «обнаженки» (от которой отказались в 2015 году). А на обложке последнего в том году номера впервые в истории появилась модель-трансгендер.

Аудио

Человек в наушниках – гарант стабильного процветания радио (оно, в отличие от ТВ, аудитории не теряет) и желанная добыча для других медиа. Своими подкастами в последние годы обзавелись почти все ведущие газеты США. Даже консерваторы из Financial Times сдались на милость роботу, которому доверили озвучивать часть своих текстов. У нас с этим пока хуже, но движение заметно: «Медуза» году запустила платформу для подкастов.

Новый сайт «Известий» после редизайна ввел опцию озвучки новостей. А просветительский портал «Арзамас», и прежде делавший подкасты, в начале декабря запустил радио.

Открытия

Самым заметным в прошлом году был летний запуск делового медиа Елизаветы Осетинской The Bell, которое сделало ставку на e-mail-рассылку новостей подписчикам. В декабре стартовал второй проект Осетинской – видеоинтервью с успешными выходцами из России «Русские норм!».

Михаил Ходорковский в ноябре объединил свои тематические медиа,

прежде существовавшие в режиме соцсетевых пабликов, на одной платформе, а в декабре эвакуировал редакцию заблокированной Роскомнадзором «Открытой России» в свой срочно созданный сайт «МБХ медиа».

Потери

В 2017 году мы навсегда попрощались с людьми, которые успели сделать для медиа многое и могли бы сделать еще больше, – главным редактором журнала «Искусство кино» Даниилом Дондуреем, телепродюсером Сергеем Кушнеревым, одним из создателей Рунета и первых сетевых новостей Валерием Бардиным и родоначальником интернет-медиа в России Антоном Носиком.

Соцсети-2017

Год наступления соцсетей на территорию старых и новых медиа «Одноклассники» впервые в истории провели трансляцию футбольного матча (чемпионат Испании, «Реал» – «Барселона») в формате 4К. Трансляции соревнований по фигурному катанию в этой соцсети собрали у мониторов гораздо больше зрителей, чем «Матч ТВ».

Размещенный в начале марта в YouTube фильм-расследование Алексея Навального «Он вам не Димон» в первые же сутки набрал 3 млн просмотров (к концу года – около 25,7 млн) – вполне сравнимо с показателями аудитории качественных американских сериалов.

YouTube тестировал линейку новостей на своей главной странице.

Твиттер запустил совместный новостной проект с информационным агентством Bloomberg.

Год онлайн-шоу

Большая часть собственных шоу самой массовой российской соцсети «ВКонтакте» напоминала знакомые телевизионные форматы: викторина «Соболев бомбит» с участием известных видеоблогеров, программу «Такси ТНТ», конкурс самодельного рэпа «Голос улиц», «Голос» и «Минуту славы», а самое успешное в прошлом году киберреалити «Публичные игры» – классические телевизионные реалити от «За стеклом» до «Дома-2».

В совместном с онлайн-сервисом «Амедиатека» ток-шоу «Спойлерная» телекритики и блогеры обсуждали сериалы, но азартно это получалось только во время выхода очередного сезона «Игры престолов».

Интереснее всех выглядит мультиплатформенная («ВКонтакте», YouTube и приложение для видеотрансляций NУPE) ролевая игра о тюрьме «Эксперимент 12», которая делит участников на заключенных и тюремщиков и ставит в условия знаменитого Стэнфордского эксперимента.

В русском сегменте YouTube самым заметным было «Дружко-шоу» с шутками про мемы и видеоблогеров. На волне шума вокруг этой темы просмотры взлетели весной до десятка миллионов, но к осени скатились до десятков тысяч.

Фейсбук успешно выступил в жанре спортивного реалити о семье баскетболиста НБА Лонзо Бола – решено снимать второй сезон в 2018.

О намерении заняться производством ситкомов и мелодрам объявила и соцсеть «Одноклассники».

Год Телеграма

Весь год над мессенджером Павла Дурова, упорно не желающего выполнить требования новых российских законов и дать спецслужбам доступ к конфиденциальным данным пользователей, висит угроза блокировки. На этом фоне популярность Телеграма стремительно росла: число скачиваний с мая по декабрь увеличилось почти на 170 %, а доля активных пользователей – почти вдвое.

Анонимные телеграм-каналы стали предметом купли-продажи и полноценными рекламными носителями. На них ссылались СМИ, о них говорили в Кремле. На платформе Телеграма в уходящем году выросло как минимум три медиапроекта: открывшие собственные сайты «Беспощадный пиарщик» и DeCenter и информационный канал Mash.

Год исчезающих постов

Дело, начатое три года назад картиночным мессенджером с исчезающими постами Snapchat, подхватил в прошлом году Инстаграм, запустив свои Stories. Новая опция всем понравилась и добавила Инстаграму популярности. В конце 2016 года свои «Истории» запустила российская соцсеть «ВКонтакте».

В 2017-м возможность создавать исчезающие статусы появилась у мессенджера WhatsApp, а Фейсбук представил свой Day. Инстаграм открыл возможность размещать в Stories рекламу. «ВКонтакте» тоже начала экспериментировать с нативной рекламой в «Историях».

Год взрослого видеоблогинга

Видеоблоги, прежде считавшиеся развлечением для тех, кому меньше 30, в этом году оказались в фокусе внимания взрослых. Обнаружилось, что там, во-первых, есть что смотреть (например, интервью Юрия Дудя), во-вторых, крутятся серьезные рекламные деньги и эти сопливые блогеры зарабатывают миллионы. Но главное, они собирают миллионную молодую аудиторию.

Госдума, озабоченная после мартовских уличных протестов настроениями молодой аудитории, пригласила 19-летнюю видеоблогершу Сашу Спилберг выступить на парламентских слушаниях. А все остальные – от Андрея Малахова до Следственного комитета – кинулись заводить каналы в YouTube. Соблазн оказался так велик, что даже Алишер Усманов дебютировал на YouTube с видеообращением к опытному видеоблогеру Алексею Навальному (1,8 млн просмотров первого и 1 млн – второго ролика).

Соцсеть «Одноклассники» презентовала специальные инструменты в помощь начинающим видеоблогерам. Соцсеть Фейсбук – новое при-

ложение для создания и редактирования видео.

Но к осени ажиотаж по поводу видеоблогинга утих – взрослые открыли для себя криптовалюту.

Телевидение-2017. ТВ vs. интернет

Осенью 2017 года главный интервьюер старых медиа Владимир Познер дал интервью главному интервьюеру новых медиа Юрию Дудю. Это был не самый популярный выпуск шоу «вДудь» – но символический смысл встречи очевиден.

В 2017-м ТВ сошлось с интернетом в баттле за зрителя и рекламные деньги – затраты на интернет-рекламу в этом году в России впервые превысили затраты на телерекламу.

Телеканалы продолжали искать способы стать интерактивнее – и интегрировались в «Яндекс»: на первой странице поисковика в порядке эксперимента появилась кнопка «ТВ-онлайн», дававшая доступ к прямому эфиру каналов и передачам в записи.

Первый в этом году учился монетизировать сетевую аудиторию своих передач, регулируя показы рекламы в сети.

ТНТ4 адаптировал свой видеоконтент под форматы Stories Инстаграма и «Историй» «ВКонтакте» – приключения персонажей «Нашей Раши» перемонтировали на короткие фрагменты в вертикальном формате. НТВ решился выкладывать свои премьерные сериалы в сеть с помощью онлайн-сервиса ivi – мера явно устаревшая, но хоть так.

Новые телетехнологии

Первый канал начал год с трансмедийной премьеры: показ документального фильма Антона Желнова и Николая Картозии «Саша Соколов. Последний русский писатель» дополнял специальный проект на сайте издания Gazeta.ru – с не вошедшими в фильм биографическими материалами и документами.

В ноябре Первый канал показал футбольный матч между Россией и Аргентиной с параллельной трансляцией в сети в формате 360°. Канал RT создал к 100-летию революции спецпроект в формате VR.

Самым ярким примером освоения новых технологий стали манипуляции со зрительскими комментариями из Твиттера, которые Первый канал начал выводить в свой эфир. 15 июня во время «Прямой линии» президента Путина серия из нескольких твитов повторилась в эфире – прямом эфире – дважды. Тогда же, в июне, вопросы из Твиттера интегрировали в шоу «Время покажет», но большая часть из них при ближайшем рассмотрении оказалась продукцией ботов.

Новое старое позиционирование

ТНТ в этом году вернулся к своему коронному стендап-юмору и ситкомам, полностью отказался от иностранного контента, а право на эксперименты с сериалами теперь у собрата по холдингу – ТВ-3.

НТВ начал медленный разворот в сторону более премиальной и менее брутальной аудитории – отказавшись от слишком откровенного ток-шоу «Говорим и показываем» и смягчая тональность фирменных передач. О серьезности намерений канала говорит уже то, что он решил на производство и показ дорогостоящей, солидной, в классическом духе экранизации романа Алексея Толстого «Хождение по мукам», заведомо понимая, что ядерная мужская аудитория, привыкшая к ментовским историям, этого не оценит.

Телеканал СТС объявил о возврате к прежнему, семилетней давности, позиционированию – на канале это назвали романтическим реализмом.

Телеканал «Че» того же холдинга остался верен себе, то есть в очередной раз сменил логотип, оформление и позиционирование. С 2008 по 2011 год здесь был умеренный мужской ДТВ, в 2011-м его превратили в «Перец», активно омолодили и радикализировали, в 2015-м этот опыт признали неудачным, закрыли «Перец» и открыли канал «Че» — снова для умеренной мужской аудитории. И вот теперь «Че» опять делает ставку на сильный характер и жесткие сериалы НВО.

Новое промо

Продюсеры ТВ-3 Валерий Федорович и Евгений Никишов, которые постепенно превращают канал в центр производства нестандартных сериалов, экспериментировали со способами их показа и продвижения. Сериал «Гоголь. Начало» впервые в российской практике выпустили сначала в коммерческий прокат – две серии «Гоголя» на равных конкурировали с фильмами, проект в итоге вошел в десятку самых кассовых премьер года (в эфире же канала ТВ-3 он появился только в декабре).

Успех обеспечила мощная промокампания в формате 360° – в массовой атаке участвовали все ресурсы холдинга «Газпром-медиа»: телеканалы НТВ, «Матч ТВ», ТНТ, ТНТ4, ТВ-3, «Пятница!», «2x2», радио NRJ и «Авторadio», сетевые порталы Rutube.ru, «Вокруг ТВ», ТНТ-Online, сайт Dom2.ru, мобильные приложения ТНТ-Club, Like FM, журналы «Семь дней» и «Караван историй». Премьеру предваряли серия роликов для кинотеатров с просьбой выключать мобильные, серия кросс-промо роликов, в которых Гоголь встречался с героями популярных сериалов ТНТ, и даже появление загримированного Гоголем актера на трибуне во время матча «Спартак» – «Локомотив» – комментатор обращал на него внимание зрителей в ходе трансляции в эфире «Матч ТВ».

Показ нового сезона сериала «Чернобыль. Зона отчуждения» на ТВ-3 предварял релиз мини-альбома «1985», на котором рэпер L'One переосмыслил советские шлягеры, – песни вошли в саундтрек сериала и вышли на виниле как часть фирменной сувенирки. Андрею Лошаку заказали ретрофутуристический репортаж в духе

программы «Время» с реального концерта Оксимилона в «Олимпийском». Сразу после выхода первых серий на странице сериала «ВКонтакте» стартовало интерактивное рекап-шоу с участием Ксении Собчак, которое привлекло больше миллиона пользователей.

Телеканал ТНТ в этом году продвигал новый сезон сериала «Физрук» на фестивале «Круг света» – ролик с лицом Нагиева в роли Фомы проецировался непосредственно на фасад Большого театра. А промо очередных серий ситкома «Универ» для показа на фасаде телебашни сделали с расчетом на форму и высоту носителя.

Но самой необычной, пожалуй, можно назвать межпрограммку ТНТ, в которой лица канала извиняются перед ингушским народом за шутку в шоу «Comedy Woman». Ролик записали после того, как офис ТНТ заблокировала группа недовольных шуткой граждан. Прежде извинения перед обидчивыми жителями южных и восточных регионов России практиковались в социальных сетях в режиме самодельности – но общедоступный развлекательный телеканал такое делает впервые. Возможно, формат станет цикловым – на днях извинений от ТНТ потребовало представительство Калмыкии.

Не взлетели

Телеканал RTVI, поменявший оформление и бодро запустивший летом новый сайт и новую сетку вещания, к осени вынужден был замораживать проекты и сокращать сотрудников – из-за сокращения инвестиций.

Частный ультраконсервативный канал «Царьград ТВ», основанный Константином Малофеевым, не выдержал самостоятельной жизни и сливается с телеканалом «Спас», принадлежащим Московской патриархии. Вещание «Спаса», который весной возглавил телеведущий Борис Корчевников, в уходящем году заметно оживилось – на канале стартовали ток-шоу Аркадия Мамонтова «Следы империи» и интерактивная передача «Прямой эфир», где, например, подробно обсуждали пресловутый баттл Оксимилона и Гнойного.

Черeda скандалов вокруг «Матч ТВ» и его продюсера Тины Канделаки привела к тому, что осенью у него появилось новое начальство. Бразды правления спортивным подразделением «Газпром-медиа» передали команде генерального директора ТНТ Артура Джанибеяна.

Информационное шоу НТВ «Специальный выпуск» с Вадимом Такменевым было с помпой запущено в начале октября – и через два месяца закрылось. А Первый канал прервал на полуслове показ сериала «Крылья империи» после 4 серий из 12 – неожиданно не только для зрителей, которым, как обычно, ничего не объяснили, но и для создателей сериала.

Старые конкуренты

Тематические и нишевые каналы в совокупности уже опережают по охвату Первый. Но в двадцатку самых рейтинговых телепрограмм года в этом году, как и в прошлом, вошли исключительно проекты двух телегигантов – Первого канала и «России 1».

В 2016 году «Россия 1» впервые обогнала Первый по среднесуточной доле. В 2017-м это повторилось – весь год флагманский канал ВГТРК сохранял за собой лидерство. При этом в топ-20 передач 2017 года доминирует Первый – за ним 16 позиций. В первой десятке он занял почти все. В нее вошли:

- два парада: 9 мая и в День ВМФ 30 июля;
- два детских шоу талантов – «Голос. Дети» и «Лучше всех»;
- два художественных фильма – старые «Офицеры» и новый «Экипаж» Николая Лебедева (вот он вышел на «России»);
- один документальный фильм – «Путин» Оливера Стоуна;
- два выпуска новостей;
- выпуск «Пусть говорят» (о возможных внебрачных детях Спартака Мишулина). Рейтингов «Пусть говорят» не уронил даже громкий уход ведущего Андрея Малахова в начале нового сезона – после небольшого падения в сентябре они вернулись к прежним значениям.

Новое измерение

Телеканал ТНТ первым в России перешел на новый способ подсчета рейтингов Big TV, который учитывает совокупное смотрение на разных носителях, от ТВ до мобильных гаджетов. В 2018-м на него начнут переходить другие каналы. Это может перевернуть наши представления о реальных интересах аудитории и реальных рейтингах телеканалов – и принципиально изменить объемы распределения рекламного пирога между разными каналами и между ТВ и сетью

Литература:

- Meduza. URL.: <https://medusa.io/cards/kak-slushat-podcasty-meduzy>
- О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы. URL.: <https://kremlin.ru/nets/bank/41919>
- О проекте – The Bell. <https://thebell.io/about/>
- Презентация МИЦ «Известия» на Петербургском международном экономическом форуме. URL.: <https://www.5-tv.ru/news/131812/>
- Reporters without borders / for freedom of information. URL.: <https://rsf.org/en/ranhing.table>

Дополненная реальность дополнительного образования в журналистике

Дугин Е.Я., доктор социологических наук, профессор, и. о. ректора ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии» (Институт повышения квалификации работников телевидения и радио), член Научно-экспертного совета при председателе Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации; e-mail: e.dugin@yandex.ru

Автор полагает, что проблема низкого качества продукции отечественных медиа и, в частности, телевизионных каналов, обусловлена снижением профессионализма журналистов. В статье анализируются различные подходы к повышению квалификации кадров медиаиндустрии. Дается прогноз развития информационно-коммуникативных технологий, применяемых в СМИ, и предлагается государственный подход к обучению и переподготовке кадров отрасли в Академии медиаиндустрии (Институте повышения квалификации работников телевидения и радио), единственном в отрасли учреждении дополнительного образования.

Ключевые слова: дополнительное образование, повышение квалификации, медиа, виртуальная и дополненная реальность, цифровизация.

Виртуальная реальность (*Virtual Reality*), еще недавно бывшая новым шагом в развитии медиа, ныне сменяется тенденцией к дополненной реальности, когда аудитория, неудовлетворенная отображением событий способами виртуальной реальности, может предложить тот или иной сценарий развития происходящего на экране драматургического действия и самостоятельно дополнять события. Эксперты утверждают, что соединение реального и виртуального мира (для этого явления уже придуман термин AR - *Augmented Reality*) – неотвратимое направление прогресса современной науки. Если даже реальность в наше время нуждается в дополнении, то и создатели виртуальной и дополненной реальности – журналисты, как никакие другие специалисты, нуждаются в непрерывном обновлении знаний, в дополнительном образовании, каким бы изначально базовым и фундаментальным оно не было.

В структуре научных специальностей Министерства науки и образования РФ специальность «журналистика» включена в федеральное учебно-методическое объединение «СМИ и информационно-библиотечное дело». Наряду с журналистикой в этот раздел входят следующие четыре направления: реклама и связи с общественностью, издательское дело, телевидение и медиакommunikации.

Конечно, любая классификация огрубляет реалии, тем более, когда предпринимается попытка упорядочить такую тонкую материю, как журналистское творчество. А с учетом того, что цифровизация информационно-коммуникативных процессов, экономики и всех областей жизни входит в повседневную практику, особо актуальным становится понимание представлений о социальных процессах в ближайшем и отдаленном будущем. Но какими бы суперумениями не наделяла журналиста фантазия футурологов, в медиаиндустрии при всех раскладах понадобится специалист, умеющий работать с текстами и образами, создавать и обрабатывать информацию таким способом, чтобы она привлекала внимание, была понятна и интересна для аудитории. Особенно в современных условиях, «в мире фейковых новостей, которые стимулируются прежде всего непрофессиональными и ангажированными структурами разного рода, необходим «навигатор по информационным потокам»¹.

«Нужны люди с социальной интуицией и социальным темпераментом»

Не является новостью, что уже сейчас в ряде случаев функции такого навигатора выполняют роботы. В мировой практике медиаиндустрии ряд изданий, информационных агентств пользуются услугами агрегатора новостей. Похоже в ближайшие годы чат-бот (виртуальный собеседник, программа, созданная в целях имитации человека при общении с одним или несколькими собеседниками) может широко использоваться в электронных коммуникациях. Пока чат-боты, созданные на основе машинного обучения и нейросетей, отвечают на несложные вопросы посетителей сайтов. Тем временем американские фирмы продолжают проводить эксперименты по *полной замене привычных схем навигации по сайтам на интерфейс общения с чат-ботами*. The Washington Post применяет для написания статей о спорте и голосовании на выборах робота Heliograph, который справляется с текстами самостоятельно. Агентство Reuters запустило алгоритм News Tracer, который способен вылавливать ценные новости из огромного массива сообщений на скорости, превышающей возможности журналиста и редакционного коллектива, при этом «алгоритм за 2017 год позволил Reuters быстрее всех сообщить о 50 крупных информационных поводах. Быстрые оповещения дают журналистам агентства от 8 до 60 минут форы»². Благодаря применению интеллектуальных алгоритмов компьютеры в журналистике не только самостоятельно пишут сообщения, но и выполняют функции навигаторов в море информации для потребителей. Напри-

¹ Вартанова Е.: «Людам нужны навигаторы по информационным потокам». // www.gipp.ru/ 05.02.2018.

² Исaiчев Е. Журнал «Журналист»: обзор зарубежных публикаций о трендах в медиа на 2018 год // [gipp.ru.](http://gipp.ru/) 20.02. 2018

мер, YouTube рекомендует аудитории, какие видео стоит посмотреть, а Instagram включает в ленту сообщений новых пользователей.

Размышляя о будущем медиакоммуникаций, ученые предполагают изменения, связанные с эволюцией способов просмотра. Наверняка, каждый зритель на своем опыте замечал, что не смотрит в линейной последовательности фильмы, телевизионные сериалы, и даже образовательные ролики. Зритель склонен «проматывать» неинтересные места. Теперь это можно делать с помощью встроенной функции YouTube, позволяющей почти наполовину ускорять видео без искажений звука и изображения. Отмеченные здесь инновации уже сейчас существенно влияют на трансформацию профессиональных навыков и умений журналистов. Проблема будущего журналистской профессии, взаимодействия с информационно-коммуникативными технологиями актуализируется с каждым годом, а с учетом компьютерных скоростей, можно сказать, ежедневно.

Вместе с тем, как справедливо пишет Е. Вартанова: «Пока человеческий фактор играет у нас большую роль в обществе, пока мы не вступили в эпоху искусственного интеллекта и абсолютно полной роботизации, нужны люди с социальной интуицией и социальным темпераментом, способные отбирать из потоков информации социально-значимые темы».¹

В Академию медиаиндустрии (*Институт повышения квалификации работников телевидения и радио*) по преимуществу приезжают из региональных телерадиокомпаний журналисты, в подавляющем большинстве не имеющие специального, журналистского образования. Будучи выпускниками филологических, исторических факультетов немосковских вузов, они имеют весьма смутное представление о формах, жанрах, специфике работы телевизионного и радиожурналиста. К слову сказать, на факультетах и отделениях журналистики провинциальных вузов преподают все те же историки и филологи, которые сами, чаще всего, не владеют профессиональными знаниями в сфере медиа.

Дополнительное образование (ДПО) журналистов далеко от системной завершенности, складывающейся из нескольких следующих этапов: довузовская подготовка (школы юных журналистов), вузовское образование (университеты), послевузовское (институты повышения квалификации). Причем, если первые две ступени носят разовый, фундаментальный характер, то обучение на следующих этапах повышения квалификации должно вестись периодически, системно. Отсутствие системности в переподготовке и повышении квалификации кадров сказывается в конечном счете на качестве журналистского творчества.

Как показывают социологические наблюдения «Левада-центра», около 80 % россиян получают информацию из передач телевидения. И это притом, что за семь минувших лет, по данным ВЦИОМ, аудито-

¹ Е. Вартанова. Указ соч.

рия телевидения и радиовещания сократилась вдвое. Так, если раньше 63 % населения посвящали часть досуга просмотру телепрограмм и слушанию радио, то теперь – 28 % (56 % в группе пенсионного возраста против 8 % среди опрошенных от 18 до 24 лет). Характерно, что образованию и повышению квалификации в российском обществе отводится всего лишь 8 % досугового времени. Анализ структуры досугового пространства российского населения и особенно содержания программ федеральных телеканалов показывает, что насаждение либеральных ценностей приобрело государственный размах. Неудивительно, что молодежь не хочет смотреть примитивные шоу, чернуху, криминальные передачи, которыми густо напичкан телерадиоэфир. Но ведь и в социальных сетях сплошь и рядом все тот же контент, который дополняется селфи и графоманией, тусовками молодежного хейпа. Вместо заявленного информационного общества получилось сообщество бездумного развлечения. С целью развлечения используются даже специальные технологии изображения насилия над человеком, вошедшие в «повседневные культурные практики подрастающих поколений России» и получившие в науке понятие «развлекательного насилия»¹.

Запущенное ни много, ни мало, а почти три десятилетия назад по каналам медиа дьявольское колесо развлечений все крутится и крутится, подминая под себя все новые поколения россиян, уже не владеющих элементарной грамотностью, и обнаруживающих чудовищные примеры дикости. Так, например, в ноябре 2017 года неслыханную популярность набрал Instagram-аккаунт «Пьяный батя». Восемнадцатилетний житель Пермского края по имени Виталий регулярно выкладывает видеоролики с участием своего пьяного отца, который уже стал героем интернета, аудитория которого возросла в три раза.

«А хочется речи. Простой, человеческой»

А что поделявают в это время федеральные телеканалы? Они ведают «городу и миру» столичные новости из привычного властного треугольника «Кремль – правительство – парламент» с одними и теми же ньюсмейкерами, бессодержательными дискуссиями, перемежающимися потасовками в студии. Анализируя содержание федеральных телерадиоканалов с деградацией лексики, стагнацией стилистических оборотов, перенасыщенными элементарными орфографическими ошибками в речениях ведущих эфира и корреспондентов, поневоле вспоминаются провидческие строки Николая Рубцова:

Мне трудно думать.

Так много шума.

А хочется речи

Простой, человеческой.

¹ Тарасов К.А. Проблема развлекательного насилия в фильмах// Журналист. Социальные коммуникации. 2017. № 2. С. 106.

С пронзительной точностью поэтической строкой передано состояние затрудненности мыслительной деятельности, которая возникает при просмотре телепередач отечественных медиаканалов, в которых также не услышишь «простой, человеческой речи».

В тех редких случаях, когда федеральные телеканалы и показывают отдельные сюжеты из регионов, они подаются с налетом криминальности и диких нравов. Стоит ли удивляться тому, что местные СМИ пользуются большим доверием и популярностью у населения регионов, нежели федеральные телеканалы и издания.

Если окинуть непредвзятым взором медиапространство России, то перед нами предстает причудливая, полная противоречий картина: федеральные каналы СМИ не показывают и не интересуются жизнью провинции, а региональные – ограничены во времени и локальности и не имеют влияния на большую аудиторию. Это касается особенно региональных телерадиокомпаний, которые поставлены в условия, согласно которым они вынуждены пользоваться «окнами» сеток вещания, остающиеся от федеральных каналов¹. Население регионов вынуждены довольствоваться фрагментарными отрывочными сведениями, не ведая о том, что происходит в их регионе или у ближних соседей, да, чего греха таить, и в стране в целом. Тем временем, «влогеры» и «блогеры» живут и царствуют в социальных сетях, обмениваются лайками, селфи, да еще пресловутыми котиками.

Иными словами, СМИ «Садового кольца» столицы живут своей жизнью, а население огромной региональной страны – своей. Надо ли говорить, что утрата единого информационно-коммуникативного пространства приводит с драматической неизбежностью к утрате национальной идентичности, чувства единения. Неудивительно в этом контексте стремительное снижение доверия к СМИ, особенно к федеральным каналам телевидения.

Одним из ключевых факторов, способных повлиять на укрепление информационно-коммуникативного пространства – образование специалистов медиаотрасли, которые могут и должны создавать это единое пространство. Факультеты журналистики, особенно МГУ им. М.В. Ломоносова, дают своим студентам фундаментальную университетскую подготовку, которая позволяет выпускникам трудоустроиваться в медиаиндустрии и в самых разнообразных видах деятельности.

Но отрасль стремительно развивается, обогащается новыми технологиями. Особенно динамичными темпами развивается электронные средства коммуникации, цифровая журналистика. Ни в одной другой профессии или специальности, пожалуй, нет такой потребности в обновлении знаний, умений как в журналистике, в медиаиндустрии в целом. Учебники и учебные пособия устаревают, едва выйдя из печати.

¹ Дугин Е.Я. Региональное телевидение: стратегии развития или судьба? // Журналист. Социальные коммуникации. 2017. № 1. С. 27 - 39.

Единственное средство выдержать конкуренцию в этой гонке со временем и информационными технологиями – это постоянная учеба, систематическое пополнение знаний и умений, которые возможны только в учреждениях дополнительного образования.

По ряду обстоятельств система дополнительного образования «выпала» из сферы государственного регулирования из-за многолетних структурных диспропорций в области подготовки и повышения квалификации кадров (и не только журналистских), вследствие усердной деятельности реформаторов от просвещения, в результате которых появилась тенденция к «массовизации» образования и снижения требований к его качеству.

Сотрудники местных телерадиокомпаний заинтересованы в повышении квалификации, но приехать на учебу они не могут себе позволить из-за отсутствия финансирования. Эта веская причина ставит перед необходимостью менять концепцию обучения. Преподаватели Академии медиаиндустрии готовы проводить выездные занятия в регионах, но на командировочные расходы на все учреждение выделяется ... 3008 рублей в год (!?). В настоящее время руководство Академии ведет переговоры с рядом местных телерадиокомпаний о проведении выездных тренингов одновременно для нескольких телерадиостудий соседних регионов, что может значительно удешевить учебный процесс для журналистов.

«Воспитание баланса эмоций, разумная гордость и стойкость»

На занятиях с региональными журналистами мне и моим коллегам приходится просматривать немало материалов, которые привозят с собой студенты. Вопреки снобистскому мнению столичных критиков, заявляющих, что местное телевидение – это сплошь и рядом показ губернатора, перерезающего ленточку на открытии очередного события, должен сказать, что журналисты из региональных компаний представляют по-настоящему талантливые работы по замыслу, постановке вопроса, по гражданской позиции. Если позволительно прибегнуть к метафоре, то можно сказать, что региональные журналисты подобны самородкам. И чтобы из них получился бриллиант, они, безусловно, нуждаются в огранке, которая достигается учебой, постоянным тренингом под руководством опытного наставника. А это может дать только систематизированное образование, разумное сочетание практики с теорией, но никак не скороспелые коммерческие курсы, которые обещают подготовить за две недели и несколько десятков тысяч рублей корреспондента или ведущего телеэфира.

По мнению известного психолога, отдавшей жизнь изучению мозга, академика Н. Бехтеревой: «важнейшим условием полной реализации таланта является «воспитание баланса эмоций, разумная гордость и стойкость». Вот эти критерии и должны быть положены в основу повышения квалификации специалиста, воспитания таланта творческой личности.

Система журналистского образования: научный анализ

Современные подходы к системе образования для журналистов представлены в научно-исследовательском проекте «Журналистское образование: перспективные методики и инструменты преподавателя», который был проведен группой преподавателей и научных сотрудников факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова¹.

Исследователи сосредоточились на изучении активно применяемых в профессии алгоритмизированных подходов по созданию контента под общим названием «роботизированная журналистика». Данный термин обозначает обработку программами-роботами семантических связей между единицами текста, включая автоматизированную генерацию журналистских текстов.

Наряду с этим в исследовательском проекте уделено внимание также теоретическому осмыслению так называемой иммерсивной журналистики (от англ. immersion – создающий эффект присутствия, погружения, например, в экранное пространство). Этот новый термин обозначает известный «эффект присутствия», являющийся сущностной характеристикой телевизионного репортажа.

В качестве предварительных итогов проекта можно выделить результаты исследования, обусловленные неизбежностью внедрения роботизированных решений в журналистские практики, что требует комплексной программы адаптации (психологической, социокультурной, инструментальной) к новым реалиям образовательных программ по журналистике. Главной задачей будущего, как отмечают эксперты, станет включение в результаты обучения новых или расширение «старых» профессиональных компетенций.

В обозримом будущем, по мнению ученых, подвергнется изменениям так называемая инструментальная компетенция, умение обеспечить производственно-технологический процесс создания журналистского продукта. Журналистика все в большей мере перейдет в междисциплинарную сферу, включая пограничные элементы традиционных дисциплин (управление, коммуникации, социология и т.п.), и потенциальных медиумов будущего (искусственного интеллекта, цифрового искусства и др.).

В соответствии с новыми направлениями развития медиаиндустрии коренным образом трансформируются структуры учебных программ, касающиеся общеобразовательных дисциплин и сугубо профессиональных, таких, например, как изменения в курсе по информатике, в рамках которого необходимо обучить студента основным принципам функционирования интеллектуальных, роботизированных систем, ориентированных на практику.

¹ Лукина М.М. Научный отчет о выполнении межкафедрального научно-исследовательского проекта «Журналистское образование: перспективные методики и инструменты преподавателя». М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. 2017.

Кроме того, судя по результатам исследования, возможно появление новых дисциплин в учебных планах как следствие роботизации рутинной журналистской деятельности. Речь идет о журналистике данных, которая сейчас изучается, как правило, в факультативном режиме и далеко не во всех вузах. Похожая ситуация может сложиться и с разделом учебной программы, посвященной применению дронов (беспилотных летательных аппаратов) в журналистике.

Перед журналистским образованием будущего стоит задача уделить внимание всем составляющим обучения студента – будущего сотрудника современной редакции СМИ. В некотором смысле вузам, и особенно, в сфере повышения квалификации, предстоит разработка учебных программ и проектов, направленных на опережение медиарынка.

Немаловажное место в новых подходах к системе обучения журналистов и их переподготовке должно отводиться повышению квалификации преподавательского состава. Полагаю, что система дополнительного образования может стать хорошей площадкой для этого вида деятельности.

Нетрудно заметить, что в исследовательском проекте *«Журналистское образование: перспективные методики и инструменты преподавателя»*, разработанном сотрудниками факультета журналистики МГУ, обучение журналистике и повышение квалификации основано на системном, комплексном подходе, учитывающем инновации и не упускающем из виду традиционные наработки в сфере теории и практики медиа.

Хайп учебу не заменит

Есть, впрочем, и иные взгляды на будущее образования для работников медиа. Недавно коллективу Академии медиаиндустрии довелось познакомиться с другим подходом, представленным НИУ «Высшая школа экономики», где предлагается свести учебу журналистов, работников медиаотрасли к молодежному хайпу (от англ. *hype* «ажитаж», «крикливая реклама», «сенсация», шумиха»). При этом содержательную часть программы обучения предлагается заменить ... молодежной тусовкой (?!). Согласно этому проекту, тусовку социальных сетей следует дополнить еще одной же тусовкой. Только площадкой ее становятся аудитории учебного заведения дополнительного образования. Иначе говоря, одна тусовка дополняется другой, что не может по определению дать новое качество. Единственно возможным результатом такого подхода к учебе может получиться, как говаривал Гегель, «дурная бесконечность». Результаты либерально-тусовочного подхода мы уже не одно десятилетие наблюдаем в телерадиоэфире и в социальных сетях, в виртуальной, да и в реальной жизни. Но еще никогда тусовка, шумиха, ажитаж не были основой повышения квалификации или образования. Учеба – это упорный труд, без которого повышение качества специалиста в любой отрасли, тем более в журналистике, невозможны.

Авторы тусовочного подхода заявляют, что таким способом им удастся протестное движение молодежи с улиц переключить на обучение в аудиториях, где легче присматривать и контролировать поведение нового поколения.

Но если обратиться к анализу недавней волны протестных выступлений молодежи, то она обнажила узел нерешенных и неразрешимых проблем, стоящих перед структурами государственного управления и власти, выявила неэффективность деятельности традиционных СМИ и журналистики, других институтов социализации личности¹. Реакция власти по испытанной модели «страусиной политики» на этот раз оказалась неудачной. Пожалуй, единственный политик высокого ранга, председатель Совета Федерации В.И. Матвиенко сразу же заявила о том, что «власть не должна просто констатировать либо делать вид, что ничего не происходит», призвав все ветви власти «не прятать голову под крыло». «Все представители власти – депутаты, сенаторы, органы исполнительной власти в регионах – безусловно, должны встречаться с людьми, понимать, почему они выходят на протесты, что их волнует, обсуждать способы решения этих вопросов»².

Нацеленность на созидание, стремление к поиску нового, которое отличало молодежь во все времена, подменилась ныне тусовкой, жадной виртуального признания в социальных сетях, потому что в реальной жизни приложению молодой энергии не находится места.

Разумеется, формирование вкусов, предпочтений, ценностных ориентаций молодого поколения сложились не в одночасье и не только под воздействием просмотра видеороликов и лайков в социальных сетях. Мина замедленного действия под нынешнее поведение молодежи закладывалась с началом процессов деидеологизации страны, с политики вседозволенности, с хищения государственной собственности кучкой циничных нуворишей, с парада суверенитетов регионов, отчуждения населения от принятия политических решений, вакханалии криминалитета, опошления ценностей и других хорошо известных родимых пятен отечественного воровского капитализма и базарной демократии.

На вопрос, поставленный три десятилетия назад в публицистическом фильме талантливого режиссера Ю. Подниекса «Легко ли быть молодым?» по-прежнему не найдено положительного ответа. Судя по данным социологических исследований, нынешнее поколение молодых также не может найти работу, соответствующую уровню их образования, квалификации и жизненным устремлениям. У 75 % современной российской молодежи практически отсутствуют устойчивые идеалы в том смысле, что для них жизненные цели не соотносятся с неким про-

¹ Дугин Е.Я. Конфликт поколений или моделей коммуникации? (социологический аспект) // Журналист. Социальные коммуникации. 2017. № 2. С. 5 – 15.

² «Не прятаться под крылом» //РБК, 30 марта 2017.

образом модели поведения, ценностных ориентиров¹. Примечательно, что моральные принципы в иерархии ценностей у современной молодежи занимают не первое, а только восьмое место.

В структурах власти и управления, в экспертном сообществе склонны обвинять интернет и социальные сети в мобилизации участников протестных митингов, сравнивая их с технологиями подготовки и проведения с «цветными» революциями и террористическими актами. Доля истины в этой позиции есть. Но более глубокое понимание и выводы можно сделать, опираясь на исследования мотиваций использования интернета. Социологические исследования показывают, что 60,4 % пользователей «мировой сети» – молодежь, активно интересующаяся политикой. Для сравнения в этой же группе предпочтение отдают просмотру передач федеральных каналов телевидения 90,6 %. Доля активных пользователей интернета в возрасте 14-30 лет довольно велика – не менее 60 % опрошенных².

За минувшее десятилетие, с учетом тенденции бурного роста информационных технологий, поколение «живущих в сети» увеличилось в разы, что и подтверждается данными социологических исследований. Там же отмечается, что «для нынешней молодежи интернет однозначно не является средством мобилизации идеологических соратников для проведения митингов, выступлений – в этих целях стремятся использовать его 0,6 % опрошенных»³.

Анализ социально-экономической ситуации в стране и господствующих настроений в обществе показывает, что проблема не в последней очереди кроется в содержательной наполненности социальных сетей, в контенте телевизионных и радиопрограмм, коммуникативных стратегиях медиасистемы в целом. Авторитетные эксперты, научные исследования фиксируют отсутствие в теленовостях и социальных сетях системы ценностей, позитивного опыта развития страны. «Квазиновостная и псевдоаналитическая фактура телевидения и спецпроектов в интернете приучает массы к поглощению микро- и макросенсаций в нездоровых дозах при невнимании к течению повседневности и состоянию обыденности»⁴.

Что касается взаимодействия с завсегдатаями социальных сетей, то, полагаю, пожалуй, нет другого способа привлечения молодежной аудитории, кроме как быть для них интеллектуальными лидерами, способными повести за собой, создавая на государственных каналах телевидения, программы, наполненные не пустыми развлечениями вроде

¹ Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодежь России: социологический портрет. – М.: ЦСПиМ, 2010. С. 128.

² Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Указ. соч. С. 115.

³ Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Указ. соч. С. 121.

⁴ Рубцов А. Метафизика власти: Политическая история// Ведомости, 13 марта 2017

проекта «Дом-2» или тусовками, а новыми смыслами, отвечающими настроениям, мыслям и чаяниям молодежи. Важна не просто активность личности сама по себе, а *ценностная основа социальной активности*, создание экономических, политических и социально-психологических условий для развития личности и государства.

В качестве весомого аргумента сошлюсь на позицию советника президента России С. Глазьева, который связал протестное поведение молодежи с последствиями макроэкономической политики, проводимой государством. В результате этой политики происходит сокращение доходов населения, растет безработица и, как следствие, у молодежи утрачиваются жизненные перспективы. Без долгосрочных инвестиций молодежь не получит рабочих мест, у нее теряются ориентиры на будущее. «Для того чтобы загрузить молодежь интересной работой, дать ей перспективы, нужно кардинально изменить денежную политику. Если мы хотим стабильности в обществе, хотим, чтобы люди занимались своим профессиональным делом, получали хорошую зарплату, необходимо изменить денежно-кредитную политику»⁵.

Наряду с реформированием финансово-экономических условий жизни общества необходима разработка концептуальных положений философии и идеологии для обновленной России, направленных на формирование идентичности молодежи, на раскрытие ее созидательного потенциала. Требуется также трансформация коммуникативных стратегий и моделей взаимодействия общества и структур власти и управления, коренное улучшение деятельности институтов социализации общества, СМИ, медиа и, в частности, реформирование телевизионной системы и всей медиаиндустрии в целом, в том числе обучение журналистов.

Повышать квалификацию мышления

Поскольку целью деятельности многообразных средств коммуникаций и медиаиндустрии в целом должно быть влияние на интеллектуальную, духовную составляющую развития общества, постольку одним из фундаментальных направлений повышения квалификации кадров медиаотрасли, по моему глубокому убеждению, должно стать *повышение квалификации мыслительной деятельности журналистских кадров*. Не жалкие потуги догнать англо-саксонскую модель журналистики, а разработка и освоение собственных подходов к постижению и трансляции национальных культурных кодов на основе богатых традиций отечественной журналистики.

Декан факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, доктор филологических наук, профессор Е.Л. Варганова справедливо ут-

⁵ Советник президента РФ связал протесты молодежи с «утратой жизненных перспектив». // RNS Информационное агентство, 30 марта 2017.

верждает, что «если оценивать нашу журналистику с позиций англосаксонской журналистики, то она не соответствует её нормативу. Но она соответствует отечественному культурному коду – коду литературоцентричности, текстоцентричности, словоцентричности, который во многом определяет и наше политическое сознание»¹. Этот набор типологических характеристик я бы дополнил кодом «антропоцентричности», несмотря на попытки исключить человека из современной цивилизации перехода от информационного этапа развития к эре искусственного интеллекта². В любом случае способность гибко и креативно мыслить и созидать отличает творчество от роботизированной журналистики. Развитие этих способностей личности и должно стать магистральным направлением повышения квалификации и переподготовки кадров медиаиндустрии.

Конечно, освоение навыков, связанных с цифровизацией информационно-коммуникативных процессов, важно и неизбежно. Но все это скорее технологические приемы работы с информацией, но никак не постижение и трансляция смыслов, столь важных для общества и личности.

Недавно на семинаре, организованном Академией НАТ (Национальная ассоциация телевещателей), выступал представитель одной из телекомпаний Красноярского края, который рассказал о повышении квалификации журналистов. В частности, для учебы руководство телекомпаний приглашает экспертов из различных областей науки, искусства, культуры для того, чтобы познакомиться ... с особенностями их мышления. В самом деле знания можно почерпнуть из книг, из того же вездесущего и многознающего интернета, а вот интерпретация информации зависит от стиля и глубины и гибкости мышления.

Примечательно, что крупные компании («Сбербанк», например), приглашают на свои образовательные семинары музыкантов, искусствоведов, культурологов, актеров и др. представителей искусства потому, что люди искусства обладают типом мыслительной деятельности, отличным от банковского работника, финансиста. Модель их мышления не укладывается в привычный, стереотипный алгоритм. И вполне возможно, что, прослушав лекцию искусствоведа, профессионал банковской деятельности сможет отойти из привычных схем и предложит креативную модель финансовой операции.

Следует особо подчеркнуть, что в Академии медиаиндустрии, как ни в каком другом учебном заведении, складывается уникальная ситуация

¹ *Е. Вартанова. Указ. соч.*

² *Дугин Е.Я., Курьянов О.А. Антропоцентрическая модель коммуникации в контексте ценностных предпочтений телевизионной аудитории // Гуманитарий Юга России. 2017. №5. С. 82 – 91; Дугин Е.Я. Антропоцентрическая модель современных электронных коммуникаций // Перспективы развития науки и образования: сб. науч. тр. по материалам Междунар. науч.- практ. конф. 30 декабря 2014 г. в 8 ч. М.: АР-Консалт. 2015. Ч.VIII. С. 136 – 137.*

для творческого взаимообогащения исследовательских методов искусствоведения, социологии и теории медиакommunikаций. В качестве одной из магистральных проблем для совместного изучения становятся различные аспекты изучения изобразительно-выразительных средств в кинематографе и на телевидении, привнесении отточенных временем и освоенных великими авторитетами методологических положений теории экранного искусства, исследования киноязыка, образной структуры экранных произведений. В частности, при анализе работ слушателей мы стараемся всегда обращать внимание обучающихся на драматургическое построение даже информационного сюжета, репортажа, на такие его составляющие, как завязка, кульминация, развязка и другие элементы, присущие художественному произведению.

В курсе «Журналистское мастерство» мы стараемся научить студентов пользоваться воображениями. Согласитесь, что создавать контент, который способен вызвать ответные чувства, глубоко затрагивающие личностные переживания, стимулировать воображение, вряд ли возможно без использования широкой палитры изобразительно-выразительных средств экранного искусства. Замечу, что привнесение в журналистскую практику художественных критериев поневоле заставляет задуматься о коммуникативной составляющей своей деятельности и в этих целях «подтянуть» уровень мастерства, повысить ответственность корреспондента телевидения перед зрителем.

Для повышения эффективности обучения и повышения квалификации в программы подготовки журналистов, наряду с курсами «основы журналистского творчества», «журналистское мастерство» преподаватели Академии стараются ввести циклы занятий по режиссерскому, операторскому мастерству, а также целый блок лекционно-семинарских занятий по постижению изобразительно-выразительных ресурсов экрана, языка экранного произведения.

Таким образом, учебные программы и тренинги ориентированы на то, чтобы привить слушателям культуру экранного языка, к великому сожалению растратченного современным телевидением. Язык экранного произведения, пожалуй, также неисчерпаем, как мироздание, потому что каждый творческий человек, осваивая изобразительно-выразительные ресурсы экрана, привносит в грамматику, морфологию, синтаксис и стилистику экранного языка свое вдохновение, незаёмное видение мира, неравнодушный отклик и оценку событий. Уместно напомнить, что выдающийся кинодокументалист Дзига Вертов в своем дневнике более 70 лет назад писал: «Киноязыку (экранному языку) надо учиться. Никто этого не делает. Думают, что диктор (или журналист) все наговорит. А на экране – бестолочь. Никто не замечает. Слушают диктора и через его слова глазуют на экран. Слушатели, а не зрители. Слепые, слепые. А слепой курице – все зерно (пшеница)»¹.

¹ Цит. по Горюнова Н.Л. Телепроизведение: функция, содержание и форма//Наверное,

Язык экрана, создающий фундамент многообразного производства смыслов, образов, которые в конечном свете отображаются в качестве интегрального впечатления коммуникативных сообществ, аудитории, а также коммуникативным пространством борьбы идей, конкурентоспособным инструментом борьбы за идеологическое, культурное и эстетическое влияние в обществе.

И в этом смысле странно наблюдать как монтажные приемы и методы творческого мышления почти не используются в современной медиакоммуникации, где, казалось бы, сама природа мультимедийности диктует монтажное мышление и профессиональное использование многообразия выразительных, смысловых, звуковых и изобразительных элементов, которыми так богато наделены различные средства и каналы информационно-коммуникативной системы. Вместо всего этого богатейшего арсенала изобразительно-выразительных средств на телеэкране с грустью приходится наблюдать не дающие ни уму, ни сердцу примитивные приемы, заимствованные из заморских квизов и реалити-шоу.

К сожалению, в современных условиях мультимедийности, постоянной погоне за сенсациями и доходами в нескончаемых примитивных телесериалах и реалити-шоу многие наработки в сфере поиска изобразительно-выразительных ресурсов экрана оказались неосвоенными и потому утраченными. К счастью, в Академии пока еще работают опытные преподаватели, которые могли бы передавать свои уникальные умения и знания работникам местных телерадиокомпаний.

Все эти размышления, о которых мне уже приходилось неоднократно писать и высказываться в различных аудиториях, свидетельствуют о том, что деятельность Академии целесообразно рассматривать не только как учебное заведение, но и научный, экспертный центр отрасли, к слову сказать, единственный в медиаиндустрии.

И еще об одной актуальной проблеме, связанной с разработкой профессиональных стандартов и соотносении с ними программ ДПО. В настоящее время Академия медиаиндустрии участвует в разработке профессиональных стандартов для работников полиграфии, но пока в медиаиндустрии они не утверждены, несмотря на законодательные статьи № 122 – ФЗ от 02.05.2015 г., в котором говорится о том, что для всех работников и работодателей обязательно применение профессиональных стандартов. К слову сказать, к разработке профессиональных стандартов для работников телевидения и радио ещё никто не приступал. Возможно, поэтому до сих пор не решена проблема мотивации повышения квалификации для работников медиаиндустрии. Профессионалы со стажем помнят четко отлаженную систему повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, которая была в Гостелерадио СССР, согласно которой все сотрудники были обязаны проходить в плановом порядке переподготовку и повышение квалификации каждые пять лет.

так любит людей Бог. Воспоминания о Надежде Львовне Горюновой. М.: 2015. С. 161

Кажется, еще Флобером было замечено, что каждые десять лет необходимо переписывать историю. Как известно, за десятилетие устаревают 80 % технологий, свыше 70 % работников имеют образование и навыки, полученные 10-15 лет назад. Что же касается скоростей изменений, происходящих в сфере информационных, компьютерных технологий, электронных средств коммуникации, то они переписывают историю в режиме on-line, ежедневно. Неспроста новости СМИ называют «секундной стрелкой истории». Поэтому повышение квалификации надо проводить чаще, чем раз в пятилетие. Более того, работа над собой – процесс непрерывный. И хорошо, когда его сопровождают опытные преподаватели, которые помогут овладеть искусством слова и образа, способствовать совершенствованию техники и культуры речи, технологии и методики ведения беседы, интервью, повысить мастерство поведения в кадре, написанию литературного сценария и сценарного плана. Пожалуй, никакое другое учебное заведение не располагает таким творческим потенциалом, как Академия медиаиндустрии.

Сейчас многие редакции, телевизионные каналы не от хорошей жизни вынуждены создавать свои курсы и школы, на которых преподают опытные журналисты. Но даже самый знаменитый наставник в лучшем случае рассказывает о себе, любимом, может поделиться своими творческими находками, которых у него не так уж и много. Но преподаватель, который сам работал в журналистике, а затем, благодаря занятиям наукой, изучил гораздо большее число приемов многих мастеров пера и экрана, может передать слушателю значительно более богатую палитру творческого опыта как отечественного, так и зарубежного. Именно широта и глубина подхода к обучению выгодно отличает преподавателя от практикующего журналиста.

О государственном подходе к дополнительному образованию

В Послании президента Федеральному Собранию достаточно ясно поставлены задачи в сфере дополнительного образования, сформулирована политика государства по переподготовке кадров на ближайшую перспективу. «Опираясь на лучшие практики и опыт, нам нужно в короткие сроки провести модернизацию системы профессионального образования, ... а также организовать центры опережающей профессиональной переподготовки и повышения квалификации для уже работающих граждан»¹.

Разумеется, повышение квалификации журналистов и сотрудников медиаиндустрии нуждается в обновлении. Одним из ключевых элементов этой огромной работы должна стать система дополнительного образования, встроенная в подготовку и повышение квалификации кадров отрасли. В частности, роль единственного в отрасли Института

¹ URL.: <http://kremlin.ru/events/president/news/56857>. Дата обращения 05.03.2018.

повышения квалификации работников телевидения и радиовещания (неудачно переименованного в Академию медиаиндустрии), должна быть повышена в функциональном, содержательном и финансовом плане, в частности, в материально-техническом обеспечении учебного процесса, оснащении его современным оборудованием, в повышении зарплат профессорско-преподавательского состава.

Реформирование Академии медиаиндустрии (Института повышения квалификации работников телевидения и радиовещания) должно быть направлено на развитие его как постоянной творческой лаборатории, превращения в экспертный и прогнозный центр отрасли. Нужно разумное сочетание инноваций с традициями в обучении и повышении квалификации сотрудников медиа, учреждений образования и культуры.

Когда премьер-министра Великобритании У. Черчилля спросили, чем отличается политик от государственного деятеля? Он ответил: «Политик думает о следующих выборах, а государственный деятель о следующем поколении». Пора бы и нам, работникам образования и просвещения, которым доверено воспитывать целые поколения людей, отнестись к нашей высокой миссии по-государственному. К повышению квалификации журналистских кадров следует вести на уровне мышления государственного деятеля, думая о следующих поколениях. Для такого подхода имеются все основания у единственного в медиаотрасли учреждения ФБГОУ ДПО «Академия медиаиндустрии» (Институт повышения квалификации работников телевидения и радио).

Литература:

- *Вартанова Е.Л.* «Людям нужны навигаторы по информационным потокам». // www.gipp.ru/ 05.02.2018.
- *Горюнова Н.Л.* Телепроизведение: функция, содержание и форма // Наверное, так любит людей Бог. Воспоминания о Надежде Львовне Горюновой. М.: 2015. С. 161.
- *Горшков М.К., Шереги Ф.Э.* Молодежь России: социологический портрет. – М.: ЦСПиМ, 2010. С. 128.
- *Дугин Е.Я.* Конфликт поколений или моделей коммуникации? (социологический аспект) // Журналист. Социальные коммуникации. 2017. № 2. С. 5 – 15.
- *Дугин Е.Я.* Региональное телевидение: стратегии развития или судьба? // Журналист. Социальные коммуникации. 2017. № 1. С. 27 - 39.
- *Дугин Е.Я., Куприянов О.А.* Антропоцентрическая модель коммуникации в контексте ценностных предпочтений телевизионной аудитории // Гуманитарий Юга России. 2017. №5. С. 82 – 91;
- *Дугин Е.Я.* Антропоцентрическая модель современных электронных коммуникаций // Перспективы развития науки и образования: сб. науч. тр. по материалам Междунар. науч.- практ. конф. 30 декабря 2014 г. в 8 ч. М.: АР-Консалт. 2015. Ч. VIII. С. 136 – 137.
- *Исайчев Е.* Журнал «Журналист»: обзор зарубежных публикаций о

трендах в медиа на 2018 год // gipp.ru. 20.02. 2018

- *Лукина М.М.* Научный отчет о выполнении межкафедрального научно-исследовательского проекта «Журналистское образование: перспективные методики и инструменты преподавателя». М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. 2017.
- *Рубцов А.* Метафизика власти: Политическая история// Ведомости, 13 марта 2017
- *Тарасов К.А.* Проблема развлекательного насилия в фильмах// Журналист. Социальные коммуникации. 2017. № 2. С. 106.

«Диалог журналистских поколений» как формат проектного обучения (к вопросу о методике преподавания журналистики)

Коханова Л.А., доктор филологических наук, профессор факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова; l_kokhanova@mail.ru

Черешнева Ю.Е., кандидат филологических наук, старший преподаватель факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова; ulia@chereshneva.com

В статье речь идет о том, что современное состояние отечественной журналистики характеризуется не только формированием цифровой культуры журналистов, но и пока еще скромно заявившем о себе стремлении возвращения к истокам – к традициям отечественной журналистики. По мнению авторов, способствовать этому может межпоколенческий диалог журналистов. В связи с этим представляется целесообразным искать пути построения методологии изучения журналистики и методики обучения ей в рамках деятельностного, коммуникативного подхода, каким является проектное обучение. На примере проекта «Диалог журналистских поколений» авторы рассматривают принципы его организации на факультете журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. Анализируя реализацию этого проекта, они приходят к выводу, что данный метод преподавания журналистики мог бы быть более широко использован, что способствовало бы расширению поля диалога журналистских поколений.

Ключевые слова: журналистика, подготовка журналистских кадров, межпоколенческий диалог журналистов, принципы организации проектного обучения.

Следует признать, что в отечественную журналистику за последние тридцать лет пришло практически новое поколение, сформировавшееся в культуре глобальных ценностей, в том числе и в цифровой культуре. К тому же оно не только не знает, но и в большинстве своем отрицает наследие советского прошлого, которое принято называть «совок». Для того чтобы в этом убедиться, достаточно внимательно изучить контент ряда средств массовой информации, который сегодня предлагается российскому обществу.

При этом можно допустить, что приоритет глобальных ценностей во многом был обусловлен всей совокупностью социально-экономических и социокультурных процессов, которые происходили в стране на

рубеже веков. Да и прежняя страна стала другой – Российской Федерацией. В этих условиях была вынуждена функционировать журналистика как сфера деятельности, в основе которой лежит производство, потребление и распространение информации. Но, как следствие интенсивного технологического обновления, связанного с компьютеризацией отрасли, эта деятельность принципиально изменилась буквально на наших глазах.

Собственно, и называться она стала медийной или информационно-коммуникативной отраслью. В этом вроде ничего нет страшного. В большей степени видится динамика происходящих в обществе процессов, в первую очередь связанных с интеллектуализацией всех производств, в том числе и журналистского. Причем, именно журналистика под натиском дигитализации одной из первых ощутила на себе ее влияние, которое и сделало, по мнению профессора Е.Я. Дугина, «информацию, технологии ее обработки и распространения ключевым фактором управления и воздействия на массовое сознание. Эти обстоятельства привели к появлению информационных технологий и обеспечили революционный взрыв информации в мире благодаря скорости ее обработки и распространения»¹.

Так как сегодняшний состав редакций всех практически СМИ – это в большем числе молодые люди, для которых компьютерная эра является их естественной средой обитания, то их навыки и умения обращения с новыми технологиями оказались как нельзя кстати. Их усилиями отечественная журналистика, перейдя на цифру, сумела во многом справиться с постоянно увеличивающимися информационными потоками. Она показала, что вполне соответствует одному из важнейших показателей развитости общества и уровня цивилизации, которым теперь принято считать фактор наращивания скорости и переработки информации.

Согласно данным последних лет, скорость процессоров удваивается каждые 18 месяцев. Причем, по мнению профессора М.Г. Делягина, в соответствии с «законом Мура» «первоначально она составляла два года, около 15 лет назад действительно сократилась до полутора, но по последним данным уже уменьшилась до 12 месяцев. За десять лет вычислительная мощность компьютеров выросла в тысячу раз»².

Но, даже научившись в той или иной степени управлять информационными потоками, работать с огромными базами данных (big data) отечественная журналистика осознает, что этого явно недостаточно. Поставив во главу угла технологии, она упускает нечто более главное – свое функциональное предназначение в обществе. Е.Я. Дугин объясняет,

¹ Дугин. Е.Я. Методология исследования информационно-коммуникативных медиасистем и журналистики. Научная монография. – М.: Академия медиаиндустрии, 2017. - С. 84 - 85.

² Делягин М.Г. Мировой кризис. Общая теория глобализации. Курс лекций. Изд. третье, перераб. и доп. – М.: ИНФРА, 2003. – С.75

что «эта пропасть между небывалой технико-технологической сложностью информационных технологий и крайне низким интеллектуальным уровнем их потребления получила название «кроссмодерн»¹.

В статье, так и названной, «Состояние кроссмодерна» Д. Драгунский поясняет, что представляет собой это явление. Он пишет: «Среди активных пользователей интернета очень много темных людей – и в смысле элементарной образованности (достаточно увидеть их письма, подчас чудовищно безграмотные), и в смысле политических ценностей (преобладают погромные настроения), и в смысле интересов (по разным оценкам, от 70 до 80 % визитов приходится на порно-сайты и подобные, мягко говоря, бесхитростные развлечения)»².

Собственно, это есть в определенной степени и результаты деятельности исключительно новостной журналистики, которая стала лидирующей в последние десятилетия и преобладает в информационном поле по сей день. Ее аудиторией в своей массе являются и пользователи интернета. Причем исследователи уже признают, что и западная журналистика уже видит издержки такого увлечения безмерными потоками информации. Е.Я. Дугин пишет: «Столкнувшись с бессмысленным мельтешением информации в социальных сетях, зарубежные коллеги осознали, что думающей части аудитории, лидерам мнений нужны аналитические статьи и материалы, требующие интеллектуального напряжения и углубленного чтения. К слову сказать, подобным критериям отвечали произведения отечественных очеркистов и публицистов. Мне доставляет удовольствие напомнить имена М. Шагинян, И. Эренбурга, С. Кондрашова, А. Каверзнева, В. Цветова, В. Пескова, А. Бовина и многих других, чьи публикации и публицистические выступления ждала многомиллионная аудитория»³.

К сожалению, этих имен не только читатели, телезрители, радиослушатели, пользователи социальных сетей, но и современное журналистское поколение почти не знает, как и не знает другой аналитической журналистики. Может, те, кто сегодня работают в СМИ, еще вспоминают их, когда случается памятная дата, и тогда о них надо писать снимать, делать радиопередачу, выполняя свои профессиональные обязанности. Но случается это крайне редко и с каждым годом все реже и реже. Что же касается студенческой аудитории, то ей большинство этих имен вообще неизвестно.

Об этом свидетельствуют опросы аудитории, которые говорят сами за себя. Из наиболее часто упоминаемых имен журналистов, каковыми

¹ Дугин. Е.Я. Методология исследования информационно-коммуникативных медиасистем и журналистики. Научная монография. – М.: Академия медиаиндустрии, 2017. - С. 85.

² Драгунский Д. Состояние кроссмодерна // Российская модернизация: размышления о самобытности. – М.: Три квадрата, 2008. – С.272.

³ Дугин. Е.Я. Методология исследования информационно-коммуникативных медиасистем и журналистики. Научная монография. – М.: Академия медиаиндустрии, 2017. - С. 87.

аудитория их считает, были названы: Владимир Познер, Алексей Венедиктов, Анна Политковская, Ксения Собчак, Матвей Ганапольский, Артемий Троицкий, Алексей Навальный, Ирина Хакамада, Алена Долецкая, Наталья Водянова и др.

Конечно, можно объяснить это тем, что, дескать, другие времена, другая страна, другие герои, другие журналисты как лидеры мнений. Тем более, что профессионализм названных журналистов вызывает уважение. Но, тем не менее, выбор студентами своих кумиров заставляет задуматься: не увлеклись ли мы только глобальным мировосприятием и формированием цифровой культуры, которые, безусловно, важны. Но почему-то все, что еще недавно составляло нашу гордость, – сложившиеся традиции отечественной журналистики незаметно ушли на задний план и практически не присутствуют в нынешней профессиональной жизни. Объясняется коллегами это тем, что они же из эпохи «совка».

Правды ради следует сказать, что на данный момент еще не явно, но уже наметился поворот «к отечественным проблемам, связанным с поисками новых смыслов, налаживания взаимоотношения СМИ с аудиторией, с различными коммуникативными сообществами»¹.

Но, для того, чтобы этот поворот был не временным явлением и смог в больших объемах вернуть аналитическую журналистику в нашу жизнь, прежде всего, в самом журналистском сообществе необходимо наладить межпоколенческий диалог. В него должны быть вовлечены как уже работающие коллеги компьютерного поколения, так и студенты, в большинстве своем пользователи социальных сетей, избравшие журналистику как профессию. Совсем было бы неплохо в большей степени обратиться к опыту ветеранов журналистики, которые могли бы заполнить образовавшуюся брешь в наследовании традиций отечественной журналистики.

В данном случае под межпоколенческим диалогом следует понимать, по формулировке, данной С.Б. Цымбаленко, «процесс взаимодействия между представителями двух или более поколенческих групп (когорт), направленный на передачу, критическое осмысление, воспроизводство социального опыта и его развитие, модернизацию»².

Но закономерно встает вопрос: каким образом налаживать этот межпоколенческий диалог, вовлекая в него представителей разных поколений? К тому же, как сделать, чтобы они услышали друг друга и чтобы это отразилось на тех реальных процессах, которые идут в журналистской среде. В связи с этим представляется целесообразным искать пути построения методологии изучения журналистики и методики обучения

¹ Дугин, Е.Я. Методология исследования информационно-коммуникативных медиасистем и журналистики. Научная монография. – М.: Академия медиаиндустрии, 2017. – С. 94.

² Цымбаленко С.Б. Цивилизационный подход к проблеме формирования информационного пространства и медиакультуры учащихся. М., 2014. – С.10.

ей в рамках деятельностного, коммуникативного подхода, каким является проектное обучение.

Вполне закономерно, что в этой парадигме можно повышать квалификацию работающих журналистов и обучать новое поколение профессионалов, формируя не только их цифровую культуру, но в большей степени возвращая их к истокам отечественной журналистики. Отчасти попытки создания такой методики проектного обучения были предприняты на факультете журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

Суть ее заключается в том, что чтение профильных дисциплин строится как исследовательский проект. Примером могут служить курсы профессионального модуля «Журналистика газет и журналов», в рамках которого с 2017 года реализуется проект «Диалог журналистских поколений». Наиболее точно методику проектного обучения определяют А.С. Автономов и Н.Л. Хананашвили. Они считают, что «эта деятельность при обнаружении проблемы позволяет ее описать, установить ситуацию со всеми ее характеристиками, при достижении которой данная проблема будет считаться разрешенной»¹.

Как показала наша работа в студенческой аудитории, проектное обучение обладает рядом специфических принципов, которые проявляются, в том числе и при реализации проекта «Диалог журналистских поколений». К числу следует отнести следующие принципы:

- принцип исследовательской (творческой) позиции;
- принцип активности;
- принцип объективности (осознания) поведения;
- принцип партнерского (субъект-субъектного) общения;
- принцип работы на конечный результат.

Так, например, активность студентов, включенных в процесс чтения лекционного курса как исследовательского проекта, носит особый характер, отличный от активности человека, слушающего обычную лекцию или читающего книгу. В предлагаемом нами варианте, когда речь идет о выстраивании диалога с ветеранами журналистики, студенты вовлекаются в специально разработанные действия, которые ограничены рамками обязательных четырех заданий в форме контрольных работ.

Данный проект имеет информационный повод – Союз журналистов России приближается к столетнему юбилею. Поэтому студенты должны были взять интервью у журналистов, имеющих звание лауреата премии Союза журналистов СССР, которая была в тот период самой высокой журналистской наградой. Учреждено звание было в 1967 году, и имена тех, кто был им удостоен, ежегодно объявлялись 5 мая – в День советской печати и публиковались во всех газетах страны, от централь-

¹ Автономов А.С., Хананашвили Н.Л. Оценка социальных проектов. М.: Издательство «Юрист», 2015. – С. 29.

ных до районных изданий. Победителям выдавались дипломы, медали и денежные премии в 500 рублей (тогда – месячный заработок министра).

Одному из лауреатов тех лет, Якову Васильевичу Ломко, в прошлом году исполнилось 100 лет. Георгию Зубкову, который был многолетним собкором Центрального телевидения во Франции, – 91 год, Мэлоу Стуруа 89 лет – тоже международник, бессменный известинец. Из тридцати журналистов, которые входили в число лауреатов, нынешние студенты не знали большинство, отправляясь на интервью. Так что для них это было своеобразным открытием профессии, ее недавнего прошлого и реального сегодня. Это было общение с профессионалами.

При этом программу своих действий они формировали сами. Так, Алена Руснак, 3 курс, пишет: «Мне просто повезло, что я попала в проект «Диалог журналистских поколений». Что касается лично меня, то именно этими вводными определился круг моих задач, по сути, мною и сформированный: сбор информации, встречи с журналистами, интервью, расшифровка материала, логическое построение текстов, работа с дополнительной литературой, работа с текстами и аудиофайлами коллег. Во время подготовки к интервью я ставила для себя задачи, понимая, что общение с людьми такого уровня – это шанс в приобретении колоссального опыта. Советы, которые давали мне В.С. Губарев, Л.Е. Колодный, Л.Б. Репин, оказались уже для меня применимыми во время практики на телеканале «Раша Тудэй», где я проходила ее в отделе науки».

На это особо следует обратить внимание. Это означает, что курс не увеличивается ни во времени, ни в объеме знаний, ни тем более в количестве заданий. Но, по желанию студентов, эта работа была продолжена во время практики, что собственно многие из участников проекта и сделали. В общей сложности в нем участвовало более пятидесяти студентов, так как порой на интервью ходили по двое, а к одному ветерану пришли сразу четыре студентки.

При этом основная идея всех выполняемых студентами работ заключалась на том этапе в том, чтобы собрать эмпирическую базу – помимо интервью это публикации данного журналиста, а также материалы о нем, которые способствовали бы подготовке текста. Татьяна Чижова, 3 курс, суммирует: «Подводя итог работы, я бы хотела обратить внимание на два момента. Во-первых, почему этот проект уникален, важен и, по-моему, просто необходим. Во-вторых, каким должен быть подход к организации подобных мероприятий, каким образом необходимо структурировать большой объем информации, как важно организовать индивидуальное рабочее пространство и время. Как сказал Юрий Борисович Соломонов в нашей с ним беседе, журналист – это человек, который должен постоянно заниматься самообразованием. Наша профессия требует от её работника неутолимой жаждой знания. Специалист

не имеет права поддаваться лени, надеяться на «авось», не проверять факты. Из разговора со Стурюа Мэлором Георгиевичем я поняла, что хлеб журналиста – его материалы, журналист существует тогда, когда пишет и публикуется».

Таким образом, методика проектного обучения учитывает, что при выполнении самостоятельной работы, как утверждают специалисты, «принцип активности, в частности, опирается на известную из области экспериментальной психологии идею: человек усваивает десять процентов того, что слышит, пятьдесят процентов того, что видит, семьдесят процентов того, что проговаривает, и девяносто того, что делает сам»¹.

Безусловно, все названные нами принципы, которые определились во время работы по отработке методики проектного обучения, связаны между собой. Так, реализация принципа партнерского общения создает в студенческой аудитории атмосферу безопасности, доверия, открытости, которая позволяет участникам проектного обучения экспериментировать при выполнении заданий, не стесняясь ошибок. Этот принцип тесно связан с принципом творческой, исследовательской позиции студентов.

В данном случае это было особенно важно, так как, тем самым, было положено, по мнению В.Л. Богданова, на тот момент председателя Союза журналистов России, «начало разговора двух поколений о нашей отечественной журналистике: о ее вчера, сегодня и завтра. Тем, кто посвятил ей свою жизнь, далеко не безразлично, что они оставляют тем, кто продолжит их дело. Да и кто она, та самая журналистская смена, выросшая в эпоху блогосферы и социальных сетей, мэссенджей, аккаунтов, совершенно другого письменно-устного языка, который для них вполне естественен»².

Чтобы понять, насколько результативна данная методика, в течение проведения проекта постоянно проводятся опросы аудитории. Они показывают, что ее применение позволяет студентам лучше усваивать необходимый материал, и в большей степени реализовать свой творческий потенциал. Так, Динара Аблихарова считает, что «этот проект по своей сути уникален, так как не часто студентам, которые учатся журналистике, доводится общаться со старейшинами еще советской, а ныне российской журналистики, и перенимать у них опыт. Да и многим современным журналистам, особенно начинающим, не достаёт определенного уровня знаний и достаточного владения словом, чтобы рассуждать, и тем более писать об актуальных и интересных вещах».

Очевидно, что реализация названных принципов – одно из условий

¹ Хрящева Н.Ю., Макшинов С.И. Тренинг партнерского общения // Психогимнастика в тренинге. СПб.: «Речь», Институт Тренинга, 2000. – С.11.

² Богданов В.Л. Кому мы оставим наше журналистское наследство? // Идеи и новации, 2017, № 2 (8). - С.5.

эффективной работы и преподавателя, и каждого студента, которые взаимодействуют в рамках межпоколенческих отношений. Совместная исследовательская деятельность создает условия также для коммуникативного взаимодействия поколений, для отработки навыков и умений и, конечно, для осознания себя в профессии. Одним из реакторов этого проекта была Татьяна Чиждова, которая так оценила работу над проектом. Она пишет: «Моя «должность» в этом проекте дала мне возможность увидеть общую картину проекта. Анализ вопросов студентов показал, что разговоры в основном велись о жизненном пути журналистов, о современных тенденциях развития журналистики, перспективах для молодых профессионалов. По моим наблюдениям, студентов больше всего волновало два вопроса: «Какие советы вы можете дать начинающим журналистам?» и «Как вы оцениваете современную журналистику?»».

Таким образом, студентов интересует современная ситуация и перспективы молодых профессионалов. Во-первых, кто как не профессионал своего дела, человек, отдавший свою жизнь журналистике, наблюдавший процесс её становления и развития, знает о перспективах СМИ, по какой траектории идёт развитие этой отрасли. Кто-то давал довольно пессимистичную оценку современной журналистике, а в чьих-то словах было слышно восхищение тем, что она достигает небывалых высот в наше время. Наверное, всё зависит от самого человека и от его жизненного пути. Одно ясно точно – к их мнению необходимо прислушиваться.

И, конечно, советы от профессионалов – ещё один кладёз этого проекта. Много литературы написано про этику журналиста, издан Закон о СМИ, в котором приписаны права и обязанности работников средств массовой информации, но опять же, кто как не журналист-профессионал скажет вам, какие качества необходимы, чтобы достигнуть признания коллег, самореализоваться и не сойти с намеченного пути».

Следует отметить, что читать лекционный курс и одновременно превращать его в исследовательский проект, организуя более тридцати интервью с заслуженными и все ещё очень занятыми людьми, сложная задача для преподавателя. Но при этом мы исходим из того, «что каждый человек стремится выйти за пределы своего существования, ограниченного пространством и временем. Это – главная движущая сила, принимающая бесконечное разнообразие форм и зачастую не представленная в сознании человека»¹.

В некоторой степени форма организации учебного процесса как проектного обучения позволяет каждому из его участников расширить пределы возможного, справиться со временем. Тем самым у студентов появляется реальная возможность увидеть себя в информационно-коммуникативном пространстве со всеми его трудностями и противоречиями.

Как показала наша практика, не всем и не сразу это удалось. Были

¹ Сидоренко Е.В. Мотивационный тренинг. – СПб.: Речь, 2007. – С.11.

срывы, опоздания на встречу. Порой не умели или не знали, как себя вести, увидев перед собой легенду журналистики. Терялись, поэтому для того, чтобы преодолеть свой страх, и, понимая, что многого не знают, объединялись в группы. Кто преодолевал себя и брал ситуацию под контроль, кто-то отступал, уходил из проекта.

По этому поводу Татьяна Чижова замечает: «Процесс был занимательным, иногда с нотками приключений. С Юрием Борисовичем Соломоновым мы встречались в Доме журналиста. Позже мне посчастливилось побывать на рабочем месте Владимира Гургеновича Мусаэльяна. Чтобы взять интервью у Мэтора Георгиевича Стуруа, я звонила в Америку в 23 часа ночи. Моя же одногруппница даже не побоялась съездить на дачу к Георгию Ивановичу Зубкову! Как говорится, мы журналисты: если перед нами закрывают дверь, то мы лезем в окно! Оказалось, что очень важно в таких делах постоянно контролировать процесс, держать руку на пульсе в режиме 24/7. Нужно быть готовым к непрекращающимся звонкам, письмам на почте, незапланированным встречам. Организация данного процесса от человека требует навыков делового общения, знание редактирования текстов, а также мастерство в сборе и обработки информации».

Акцентируя внимания на тех или иных принципах, которые заставила нас сформулировать практика, нельзя не сказать о последнем – работе на конечный результат. Для студента это обычно оценка в зачетной книжке. Здесь же результатом становится им подготовленный текст, соавтором которого является именитый журналист. Честно скажу, не все интервью были опубликованы в целевом выпуске журнала «Идеи и новации», с которым и был организован данный проект. Представляли его на XXI фестивале «Вся Россия-2017», который проходил в Дагомысе в сентябре 2017 года, только единицы. Причин тому было много, но главная из них – отношение к делу.

Пожалуй, это было самым большим откровением для большинства студентов, участвующих в проекте. Татьяна Чижова это сформулировала так: «Кроме того, одним из ключевых качеств людей, которые приняли участие в проекте, была ответственность. Она необходима в любой профессии, но только журналист несет ответственность не только за свой материал, но и за своих коллег, и за то, как СМИ, в котором он работает, повлияет на общество. Следует заметить, что все эти качества необходимы и организаторам подобных мероприятий, и журналистам».

Так что, подводя итоги, можно сказать, если межпоколенческий диалог журналистов ставил своей целью возвращение к истокам – к традициям отечественной журналистики, то в определенной степени он ее достиг. Как редактор проекта Т. Чижова заключает: «Лично для меня этот проект был интересен тем, что я узнала профессиональное мнение ведущих журналистов о современной ситуации журналистики. Через пару лет я и еще 140 человек на моем потоке закончат университет и

пойдут работать в редакции, на телестудии или на радио. В каких условиях нам придется работать, каких принципов нам необходимо придерживаться, какая журналистика была 40-50 лет назад, – на эти вопросы есть ответы на страницах этого номера. И это есть результат нашей работы».

Очевидно, ради этого стоит работать и нам, преподавателям, пробовать новые методики обучения, в том числе и проектное обучение, если оно дает результаты. Хочется надеяться, что усилиями и тех, кто участвовал в этом проекте, отечественная журналистика начнет обретать свои традиционные черты, присущие ей испокон веков.

Литература:

- *Автономов А.С., Хананашвили Н.Л.* Оценка социальных проектов. М.: Издательство «Юрист», 2015.
- *Богданов В.Л.* Кому мы оставим наше журналистское наследство? //Идеи и новации, 2017, № 2 (8). - С.5.
- *Делягин М.Г.* Мировой кризис. Общая теория глобализации. Курс лекций. Изд. третье, перераб. и доп. – М.: ИНФРА, 2003. – С.75.
- *Дугин. Е.Я.* Методология исследования информационно-коммуникативных медиасистем и журналистики. Научная монография. – М.: Академия медиаиндустрии, 2017. - С. 94.
- *Сидоренко Е.В.* Мотивационный тренинг. – СПб.: Речь, 2007.
- *Цымбаленко С.Б.* Цивилизационный подход к проблеме формирования информационного пространства и медиакультуры учащихся. М., 2014.
- *Хрящева Н.Ю., Макшанов С.И.* Тренинг партнерского общения // Психогимнастика в тренинге. СПб.: «Речь», Институт Тренинга, 2000.

Семья в объективе прессы (контент-аналитическое исследование конкурсных материалов)

Свитич Л.Г., доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник Проблемной лаборатории факультета журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова; e-mail: svitichb@yandex.ru

Замотина Н.Н., кандидат филологических наук, старший научный сотрудник Проблемной лаборатории факультета журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова; e-mail: ninizamotina@mail.ru

В статье анализируются результаты контент-аналитического исследования публикаций, присланных на конкурс «Семья и будущее России», который проводит Фонд Андрея Первозванного. Исследование осуществлено факультетом журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова. Проанализировано 920 публикаций по нескольким категориям: тематика и проблематика, субъекты и объекты публикаций, ценностные ориентации, жанровая структура публикаций о семье.

Ключевые слова: семья, семейные ценности, семейные проблемы, тематика, жанры публикаций о семье.

Актуальность обсуждения семейных проблем в СМИ

В последнее время весьма велико внимание к проблемам семьи в обществе и средствах массовой информации. Руководители страны в своих выступлениях часто говорят о важности семьи, которая является основой государства. В обращении по поводу создания Национальной родительской ассоциации президент страны В.В. Путин подчеркнул ее благородные цели – поддержку института семьи и укрепление семейных ценностей: «Семья – это основа основ. Именно в семейном кругу прививаются первые гражданские, патриотические чувства, создается та атмосфера, в которой формируется личность и мировоззрение ребенка. Чем больше семей живут в гармонии и согласии, тем гуманнее, нравственнее и сильнее наше общество».

Аналогичные идеи о важности семьи в обществе неоднократно высказывал Патриарх Кирилл: «В христианской традиции мы называем семью малой церковью. Все навыки человеческой жизни, человеческого общения, любви, сострадания, взаимной поддержки, солидарности – все это воспитывается в семье... Человеческая цивилизация неспособна существовать, если будет уничтожен институт семьи». На открытии XXI Всемирного Русского Народного Собора (ноябрь 2017 г.)

Патриарх дополнил эту характеристику: «Семья – структурная единица стабильного, здорового социума, главный элемент солидарного общества. Сохранение народа, культуры, языка, государства – все это осуществляется при посредстве семьи, поскольку именно с семьей связан механизм передачи опыта по цепи поколений». Особо патриарх подчеркивает духовную сторону семьи: «В семье человек учится любви, а через любовь, которая есть Бог, человек спасается. Семья – это школа любви, а значит – школа спасения. Без стремления к любви как высшей ценности ни семья, ни общество не смогут существовать в истории... Вот почему, говоря об обществе, можно утверждать: общество – это тоже большая семья, «семья семей». Поэтому обществу угрожает то же самое, что угрожает и семье: крайности ювенальной юстиции, однополые браки, утверждение трансгуманизма, любые попытки дать искаженное определение понятию «человек»¹ «Семья – это Божественное установление». Именно в ней мы учимся почитать ближнего и отдавать должное родителям. Являясь подлинной школой любви и мудрости, семья помогает человеку обрести крепкую духовно-нравственную опору и четкие жизненные ориентиры, понять, что есть добро, а что зло».

Семья – это основа общества, база для сохранения и воспроизводства населения, носитель идентичности народа, хранитель его базовых ценностей, воспитатель молодого поколения. Роль семьи в обществе определяется ее тем, что этот социальный институт выполняет важнейшие для нормальной жизни и развития общества функции: репродуктивную, воспитательную, духовную, социальную, хозяйственно-бытовую, рекреативную, психотерапевтическую, сексуальную и эмоциональную.

Семья – основная ценность народа. Это доказывает частотный анализ 30 тысяч русских пословиц и поговорок, собранных В.И. Далем. Пословицы передают накопленный опыт, народную мудрость, систему ценностей последующим поколениям и в этом смысле являются межпоколенческой ценностной коммуникацией. В результате частотного анализа 125 рубрик и объединения их в более крупные смысловые кусты, проявились четыре типологические категории, в которых народная мудрость выстраивается в сущностную иерархию ценностей, моделей поведения, как вековую копилку народного опыта, полезного для жизни народа и передачи потомкам (см. табл. 1).

Таблица 1

ЦЕННОСТИ ОБЩИННОСТИ	6155
Ценность семьи, любовь, верность, почитание старших	2177
Общинность, соборность, единство в многообразии, почитание традиций, осуждение раскола	1803

¹ URL: <http://www.vns.ru>.

Патриотизм, уважение родины-рода-народа, языка	1290
Человек как член общности	885
ЦЕННОСТИ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ, ТРУДА И ЕГО ПЛОДОВ	5658
Домовитость, близость к земле, природе	2354
Уважение собственности, трудового достатка, осуждение воровства, несправедливого богатства	2162
Любовь к труду, ремеслу, осуждение праздности	1142
ВЕРОВАНИЯ, ВЕРА В ВЫСШИЕ СИЛЫ	2803
Страх Божий, кара за грехи	956
Вера в необычное, чудеса, приметы, гаданья	788
Православная вера	523
«Вселенскость», осознание своего места во Вселенной, подвластность стихиям	273
ДОБРОДЕТЕЛИ-ПОРОКИ	15516

Удивительным образом расположились на основе чисто статистических закономерностей основные характеристики и ценности русского народа: сначала ценности общности, причем от самых близких – от семьи, через род к Родине. Затем ценности труда и его плодов, уважение ремесла, трудолюбия, земли кормилицы и работы на ней. Третий блок – это верования, а четвертый блок (хотя по частотности он на первом месте) занимают нравственные ценности или если говорить в терминах В.И. Даля: «добродетели и пороки».

Традиционная функциональная матрица русского народа была в значительной степени разрушена или деформирована во время сдвигов ценностной парадигмы в сторону западной парадигмы в 1990-х годах. Тогда отечественные традиционные представления о семье, как союзе любящих супругов, живущих в законном браке, было заменено парадигмой свободных отношений, ни к чему не обязывающих временных внебрачных союзов, основанных, главным образом, на сексуальных отношениях. Таким образом, размывался институт семьи, увеличилось количество случайных связей, разводов, аборт, брошенных, бездомных детей, возросла детская преступность, распространялся алкоголизм, наркомания, игромания (лудомания).

К сожалению, средства массовой информации, особенно телевидение и желтые издания, сыграли в этом процессе крайне негативную роль. Отечественные просветительские издания из-за нищеты населения в перестроечное время, у которого не было денег на подписку, вы-

нуждены были закрыться или резко сократить свои тиражи. Их место заняли глянцевики журналы (в том числе – гендерные), издаваемые в основном международными медиахолдингами. Они стали пропагандировать псевдолиберальные ценности в сфере взаимоотношений полов, в том числе безграничную сексуальную свободу, вынося на обложки журналов шокирующие заголовки типа «Секс втроем». Бывшие молодежные газеты дружно перекаленились в желтые и тоже принялись развращать подростков и молодежь. На рынок хлынули западные подростковые журналы, которые призывали к свободе сексуальных отношений.

В результате в те годы нарастали пугающие тенденции в сфере семьи, семейных отношений, о чем говорит официальная статистика¹. Процент разводов с 1960 года, когда их было всего 12 % от числа браков, неуклонно рос, достигнув 83 % в 2002 году. Сейчас положение улучшается, но все равно распадается каждый второй брак. В результате суммарный коэффициент рождаемости тоже снижался: в 1960 году его значение было достаточно высоко – 2,417, а в 1999 году уже только 1,157. В последние годы ситуация несколько выправляется, хотя далека от прежних показателей. Неблагоприятной, по официальной статистике, была и динамика болезней, которыми страдали беременные женщины: цифры увеличивались с 1995 по 2006 год почти по всем показателям. Нормально проходила в названные годы только третья часть родов. Количество женщин, у которых пришлось делать кесарево сечение, возросло почти в два раза. Естественно, что у таких матерей часто рождаются болезненные дети, которые нередко появляются вне брака, зачаты в алкогольном опьянении безответственными матерями, иногда не достигшими совершеннолетия. Тенденции тех лет удручали: количество больных детей возрастало от 28,5 % к числу родившихся в 1995 г. до 39 % – в 2007 г., в том числе, с врожденными аномалиями от 34,6 % до 47,4 %. При этом на каждого ребенка первого года жизни зарегистрировано было тогда почти по три заболевания. Особенно тревожил неуклонный рост болезней нервной системы, врожденных аномалий, деформаций и хромосомных нарушений (в полтора раза за три года!)².

В результате развития всех этих негативных процессов российское правительство предприняло ряд серьезных мер по улучшению ситуации в данной сфере. Были разработаны важные документы: «Концепция демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года» (2007 г.), «Национальная стратегия действий в интересах детей на 2012-2017 годы» (2012 г.) и другие. В 2014 году принята «Концепция государственной семейной политики в Российской Федерации на пери-

¹ Семья в России-2008. Федеральная служба государственной статистики URL:http://www.gks.ru/bgd/regl/b08_69/IssWWW.exe/Stg/01-11.htm

² Семья в России-2008. Федеральная служба государственной статистики URL:http://www.gks.ru/bgd/regl/b08_69/IssWWW.exe/Stg/01-11.htm

од до 2025 года», в которой также намечались меры по исправлению ситуации. Сегодня статистика говорит о том, что уменьшилось количество аборт, снижается количество детей, рожденных вне брака, наметилась позитивная тенденция к сокращению численности детей, родители которых лишены родительских прав, повысилась доля вторых и последующих рождений в общем количестве рождений. Но ситуация в этой сфере жизни общества по-прежнему далека от нормальной.

Для решения поставленных в Концепции задач обозначен ряд конкретных мер экономического и социального порядка. Естественно, что основная нагрузка по решению этих задач лежит на государственных органах. Но вся эта работа должна быть обеспечена и информационно. В этой связи значительное место в Концепции уделяется средствам массовой информации. В частности, акцентируется внимание на том, что необходимо «проведение в средствах массовой информации на постоянной основе целенаправленной пропаганды в поддержку традиционных ценностей семьи и брака, морали и нравственности; проведение информационной кампании по повышению общественного престижа семейного образа жизни, многодетности и многопоколенной семьи путем создания специальных телевизионных передач и радиопередач, ток-шоу, газетных и журнальных рубрик, иных информационных проектов, популяризирующих традиционные семейные ценности и способствующих формированию позитивного отношения к браку, родительству, достойному отношению к старшему поколению и родному дому»¹. Немало внимания в Концепции уделяется проблемам детей и говорится о необходимости пропаганды в СМИ «семейного жизнеустройства детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей; информирование граждан о механизмах государственной поддержки семей, принимающих на воспитание детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей»².

В ноябре 2017 года, когда президент вручал ордена «Родительская слава» (которым награждаются с 2008 года родители и усыновители, воспитавшие семерых и более детей, а также обеспечившие несовершеннолетним высокий уровень заботы о здоровье и духовно-нравственного развития), он подчеркнул, что реальным показателем признания деятельности властей в области поддержки семьи служит факт кратного увеличения доли семей, которые воспитывают двух и более детей, среди которых нередко встречаются и приёмные дети. С 2012 года банк не усыновленных детей, по утверждению вице-премьера Ольги Голодец, сократился вдвое. Но их к концу 2017 года в нем все

¹ Концепция государственной семейной политики в Российской Федерации на период до 2025 года. – М., 2014. – С.16.

² Концепция государственной семейной политики в Российской Федерации на период до 2025 года. – М., 2014. – С.17.

еще более 50 тысяч¹. В декабре 2017 года президент объявил о комплексе мероприятий по стимулированию рождаемости и помощи многодетным семьям.

Естественно, что журналистика призвана содействовать решению проблем в сфере семьи и демографии. Одним из весьма эффективных способов привлечения журналистов к освещению семейной тематике является ежегодный Всероссийский конкурс «Семья и будущее России», который проводит Фонд Андрея Первозванного. Именно конкурсные публикации мы и проанализируем сейчас на предмет того, каким образом в них отражаются основные темы и проблемы в области семейной жизни, и насколько они соответствуют направлениям, намеченным в проанализированных выше документах правительства. При этом важно иметь в виду, что журналисты, приславшие публикации на конкурс Фонда Андрея Первозванного, учитывали православную направленность Фонда, и поэтому их материалы отличались особым мировоззренческим отношением к проблеме, основанном на духовно-нравственных основаниях отечественной системы семейных ценностей, что и показали результаты анализа материалов. Фонд Андрея Первозванного, который сотрудничает с Центром национальной славы, многое делает в контексте Концепции семейной политики для информирования и обучения журналистов, особенно региональных, работающих в сфере освещения семейной тематике: проводит форумы, конференции, лекции, семинары, вебинары, тренинги, обмен опытом журналистов, творческие конкурсы, заказывает социологические исследования, издает литературу для тех, кто пишет о семье и публикует материалы победителей конкурса². В ряду крупных проектов Фонда, всероссийская программа «Святость материнства»³ и Всероссийское социологическое исследование «Семейные ценности в современных СМИ»⁴. Исследование проведено в 2013 году фирмой «ЦИРКОН». В ходе его опрошено 1600 респондентов в 140 населенных пунктах 33 субъектов РФ и 110 журналистов. На вопрос «Как вы полагаете, в российской прессе, на телевидении, радио, других СМИ много или мало внимания уделяется темам семьи, брака, семейных ценностей?» 58 % россиян и 79 % журналистов ответили – «мало». И более чем критично отнеслись опрошенные к содержанию таких публикаций.

Программа контент-аналитического исследования, которое представлено в данной статье, была построена на основных положениях Концепции государственной семейной политики, где важной задачей названо повышение ценности семейного образа жизни, сохранение духовно-нравственных традиций в семейных отношениях и семейном воспитании. Программа

¹ Концепция государственной семейной политики в Российской Федерации на период до 2025 года. – М., 2014. – С.17.

² Семья и будущее России. Всероссийский конкурс для журналистов. – М., 2014.

² Третий форум Всероссийской программы «Святость материнства». – М., 2013.

³ Семейные ценности в современных СМИ. Резюме по результатам социологического исследования. – М.: ЦИРКОН, 2013.

учитывала два важных фактора: важнейшую роль семьи как социального института, и существенное влияние СМИ на состояние семьи, ее ценностные ориентации, особенно влияние на молодое поколение. По данным опроса россиян по репрезентативной выборке фирмой «Левада-Центр», в 2010 году на вопрос анкеты «Что в наши дни формирует основы жизненного опыта молодежи?», наряду с занявшими первые места семьей (70 %), школой (45 %) и друзьями (42 %), 23 % отметили телевидение и радио, 4 % печать, 30 % интернет-общение, то есть средства коммуникации в совокупности назвали более половины опрошенных¹.

Изучению проблем семьи социологическими методами немало внимания уделялось и в советское время², и в постперестроечные времена³. В последние годы в связи с размыванием института семьи и крайне негативными тенденциями, начавшимися в 1990-е годы, немало исследований посвящено анализу того, каким образом освещается семейная тема в СМИ⁴. Но факультет журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова впервые предпринял широкое контент-аналитическое исследование конкурсных публикаций о семье, которое включало ценностные, проблемно-тематические, субъектно-объектные, и жанрово-стилистические особенности конкурсных материалов. Из 3 тысяч публикаций за 2014 год, которые журналисты со всей России прислали на конкурс «Семья и будущее России», проводимый Фондом Андрея Первозванного, были отобраны путем квотно-систематической выборки 920 публикаций, в том числе 760 газетных и 160 журнальных. Руководитель проекта Е.Л. Варганова, руководитель контент-аналитического исследования Л.Г. Свитич, участники исследования Е.В. Зеленина, Н.Н. Замотина, О.С. Рязанцева⁵.

¹ URL:<http://www.levada.ru/archive/semya>.

² См., например, Харчев А.Г. Брак и семья в СССР. М., 1979.

³ Эволюция семьи / Под ред. А.Г. Вишневого. М., 1992; Судьба семьи в России XXI века: размышления о семейной политике. М., 2000; Здравомыслова О.М. Семья и общество: гендерное измерение российской трансформации. М., 2003; Социология семьи / Под ред. А.И. Антонова. 2-е изд. М., 2005, Антонов А.И. Микросоциология семьи. М., 2005; Семейная политика в Европе и России: гендерный анализ. СПб, 2008; Синельников А. Б. Трансформация семьи и развитие общества. М., 2008; Шнейдер Л.Б. Семья: оглядываясь вперед. СПб, 2013.

⁴ См., например, Замотина Н.Н. Семья в российской журнальной периодике: информационные практики в контексте антикризисных стратегий Медиаскоп, 2015 №1; Фролова Т.И. Человек и его мир в информационной повестке дня. Гуманитарные технологии в журналистике: М., 2009. Смирнова О.В., Фролова Т.И. Кризис семьи в медиаизмерениях (анализ текстов российских СМИ) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. 2011. № 1; Смирнова О.В., Фролова Т.И. Кризис семьи в медиаизмерениях (анализ текстов российских СМИ) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. 2011. № 1; Свитич Л.Г. Женская пресса в динамике // Гендер и СМИ. Ежегодник–2012. М. 2013; Семейные ценности в современных СМИ. Резюме по результатам социологического исследования. М.Циркон, 2013.

⁵ Третий форум Всероссийской программы «Святость материнства». – М., 2013.

Семейная тематика

Круг семейной тематики весьма широк и охватывает многие сферы, связанные с финансовой, трудовой, социальной, духовной, психологической и даже физиологической сторонами жизни семьи, ее состоянием, условиями жизни, взаимоотношениями и т.п. В исследовании весь тематический спектр был разделен на крупные блоки и фиксировался отдельно по типам изданий, а потом сводился в общие таблицы.

Для начала проанализируем укрупненные тематические блоки по типам изданий без детализации (табл. 2)

Таблица 2

*Тематика публикаций о семье
(в % к числу публикаций по группам изданий и в целом)*

ТЕМЫ	ФГ	ОГ	ГГ	РГ	Газ.	Жур.	Ср.
Государство, власти, общество и семья	89	94	88	70	78	63	73
Семья как целостность	69	61	69	55	49	58	50
Воспитание детей	28	21	40	28	28	56	33
Взаимоотношения в семье	26	53	43	30	26	54	31
Досуг, отдых, образ жизни семьи	21	16	18	18	15	21	15
Работа, занятия, благосостояние семьи	20	6	4	11	9	6	9
Условия жизни семьи	16	5	8	11	9		7
Быт, домоведение, хозяйство	4	4	6	12	7	4	6

Примечание 1: Здесь и далее приняты следующие сокращения и обозначены количественные параметры выборки:

ФГ – федеральные газеты, выходящие в регионах, 80 публикаций;

ОГ – региональные газеты в целом, 280 публикаций;

ГГ – городские газеты в целом, 160 публикаций;

РГ – районные газеты в целом, 240 публикаций;

Газ. – общие данные по газетам в целом, 760 публикаций;

Жур. – общие данные по всем журналам, 160 публикаций;
 Ср. – средние, общие данные по всем газетам и журналам, 920 публикаций.

Примечание 2. Здесь и далее проценты округлены до целых кроме тех, которые набрали менее 0,5 %. Проценты по позиции «среднее» в связи с большим массивом – 920 публикаций, приведены в длинных перечнях с десятными долями процентов, чтобы точнее их ранжировать. Но в некоторых коротких таблицах тоже округлены до целых.

Анализ показывает, что во всех группах изданий блоки тем распределены по рангам примерно одинаково. Исключение составляет тема взаимоотношений в семье, которая в региональных газетах появляется в два раза чаще, чем тема воспитания детей, хотя в остальных типах изданий примерно одинакова с нею по процентам.

Второй вывод очевиден: преобладающее внимание журналисты, пославшие свои публикации на конкурс, уделяют тематике «Государство, общество и семья», но часто это связано с какими-то датами, награждениями или мероприятиями. Серьезные аналитические публикации на эту тему появляются не часто.

На втором месте во всех группах блок тем, связанных с жизнью семьи. В средней зоне внимания у газетчиков – воспитание детей и взаимоотношения в семье, но эти темы в два раза чаще встречаются в журналах, чем в газетах (28 и 58 %, 25 и 54 % соответственно). От 15 до 20 % публикаций связаны с досугом семьи.

И, наконец, в конкурсных публикациях гораздо меньшее внимание (6-9 %) уделяется работе, благосостоянию, быту, условиям жизни, семье, хотя проблем в этой сфере более чем достаточно, особенно в жилищной сфере (об этом говорят исследования, проведенные ведущими социологическими центрами). Исключение составляют федеральные издания, которые в пятой части своих публикаций уделяют внимание этим темам. Журналы достаточно равномерно распределяют свое внимание между разными темами, кроме условий жизни семьи.

Но в целом тематическая структура достаточно широка, о чем говорит анализ детальной картины различных тем о семье, которые встречаются в конкурсных публикациях (табл. 3).

Таблица 3

Темы (в % к числу публикаций)

ТЕМЫ	Газ.	Жур.	Ср.
История семьи, традиции семьи	33	26	31,4

Социология массовых коммуникаций

Работа органов власти в сфере помощи семьям	20	14	19,1
Взаимоотношения родителей с детьми	14	18	14,3
Многодетные семьи	14	8	12,8
Обеспечение условий для культурного времяпрепровождения семей с детьми.	15		12,6
Регулирование занятий детей (компьютер, телевизор, круг друзей)	15	3	12,6
Методы воспитания детей в семье	6	30	11,4
Роль матери в семье	10	9	10,3
Роль отца в семье	10	5	9,0
Приемные дети в семье	9	6	8,4
Взаимоотношения родителей	8	4	7,2
Детские дома, сиротство	8	1	6,5
Общественные организации в сфере семьи.	7	4	6,1
Спорт, физкультура, активные виды отдыха	6	8	6,0
Психология и этика взаимоотношений в семье	2	23	5,8
Детское творчество, занятия	6	7	5,7

Социология массовых коммуникаций

Культурный досуг (чтение, театр, выставки, концерты)	6	7	5,7
Поддержка семейно-ориентированных проектов	6	4	5,2
Жилищные условия семьи, строительство, ремонт жилья	6	7	4,9
Морально-этическое воспитание	4		4,7
Эстетическое воспитание	5	1	4,3
Обеспеченность семьи жильем.	5	1	4,1
Сфера занятости, наличие рабочих мест для родителей	5	2	4,1
Помощь многодетным семьям	4	3	3,8
Старшее поколение, поколение войны	4	1	3,8
Семейные юбилеи, праздники, подарки в семье	2	11	3,8
Демографические проблемы, рождаемость, охрана материнства и детства	4		3,5
Сад, огород, устройство, приобщение детей к труду.	4		3,5
Социальное обеспечение семей с детьми.	4	1	3,4

Социология массовых коммуникаций

Социальная помощь детям-инвалидам (пенсии, доступная среда, инклюзивное образование и т.п.)	4	3	3,4
Здоровье семьи, доступность учреждений здравоохранения и бесплатных медицинских услуг	3	3	3,4
Патриотическое воспитание детей, участие старшего поколения в этом процессе	3	3	3,3
Детские игры (подвижные, познавательные, компьютерные)	3	6	3,1
Кружки, секции для детей, трудовое воспитание в школе	3	1	3,0
Семейный бизнес, предпринимательство	3	3	3,0
Образование и воспитание детей в школе, наличие условий для полноценного образования.	3	3	2,8
Трудовые династии, труд, наследование профессий и ремесла	3	3	2,8
Роль бабушки в семье	3	2	2,8
Путешествия, туризм	3	2	2,6
Быт семьи, семейные занятия	3		2,6

Работа органов правопорядка, борьба с преступностью в сфере семьи (брачные аферисты, детская преступность, уплата алиментов и т.п.)	2	1	2,1
Наличие и благоустройство детских садов, яслей, детских площадок и т.п.	2	1	2,0
Отношение к детям в обществе	2	2	1,6
Распределение семейных обязанностей	1	3	1,6
Питание, семейная кухня	2	2	1,6
Деятельность РПЦ в сфере семьи	1	2	1,5
Домоводство, обустройство, дизайн дома	1	2	1,5
Помощь престарелым членам семьи, ветеранам войны и труда	2		1,4
Помощь женщинам-матерям, трудоустройство	1	3	1,4
Поддержка молодых семей	2	1	1,4
Общественные организации, осуществляющие деятельность по защите семьи, материнства и детства	1	1	1,4
Взаимоотношения с дедами и бабушками	2	1	1,4

Социология массовых коммуникаций

Роль сына в семье	1		1,2
Отдых на даче, в лесу, в парке	1	2	1,2
Взаимоотношения детей	1	2	1,0
Роль бабушки в семье	1		0,9
Этика семейных взаимоотношений	1	3	0,9
Семейный бюджет и его расходование, статьи расхода	1		0,9
Отношения в детдоме	1		0,7
Взаимоотношения с другими родственниками	1		0,5
Общение с друзьями	0,3	2	0,5
Занятия за компьютером			0,3
Семья за телевизором	0,4		0,3
Сфера сексуальных отношений между супругами	0,1		0,1
Отдых на море			0,1
Стиль жизни, семьи, уход за внешностью, мода, и т.п.	0,1		0,1

Во-первых, следует констатировать, что круг тем, которые поднимают авторы конкурсных публикаций, всесторонне освещает семейную проблематику, хотя и не в равной мере. Во-вторых, сразу заметно, что структура тематики кардинально отличается от аналогичных тем в бульварной прессе и глянцевого зарубежного журналов, которые заполнили российский рынок. Такие темы, как сексуальные отношения, стиль жизни, уход за внешностью, мода и т.п. практически отсутствуют в конкурсных публикациях, присланных в Фонд Андрея Первозванного.

Журналисты-конкурсанты поднимают важные и сущностные темы, связанные с ответственностью государства и общества за семейную политику, поддержкой многодетных семей, демографической политикой, повышением рождаемости, заботой о детских домах и брошенных детях.

Большой блок связан со сферой культурного развития семьей и особенно детей, их интеллектуальным и эстетическим воспитанием, развитием творческих способностей. Достаточно внимания уделяется патриотическому, трудовому и нравственному воспитанию детей. Спорт и культурный отдых – тоже в числе приоритетов журналистов.

Перечисленные темы были названы в качестве важных и в Концепции государственной семейной политики. Поэтому логично сделать вывод, что в целом конкурсанты содействуют решению понятых в ней проблем и решают ответственные государственные задачи в семейной сфере.

Особо следует сказать о публикациях, обычно очерковых или зарисовочных, о семье и ее жизни. В третьей части публикаций рассказывается об истории семьи, в районных и городских газетах процент таких публикаций доходит до 31 %. И очень важно, что после периода полного отрицания некоторых этапов отечественной истории, журналисты вновь обращаются к традициям, к исторической памяти, к нашему прошлому, в котором было много хорошего. Часто история страны пишется через историю семьи, рода, дедов и бабушек. В наш век, когда многие настроены негативно и пессимистично, важно, чтобы люди знали о хороших семьях и людях.

Примечательно, что в пятой части публикаций журналисты пишут о помощи семьям со стороны руководящих органов, улучшении условий их жизни и воспитания детей.

В сфере взаимоотношений обсуждаются в основном отношения между родителями и детьми (14 %). Это одна из очень важных для журналистов тем, потому что социальный, психологический и нравственный разлом между поколениями, безусловно, существует. Он был всегда, но, начиная со времен изменения в нашей стране отношения к семье, браку и внебрачным связям, обострился. То, что дети считают нормой, родителями часто (и обычно справедливо) не принимается. Конечно, тема очень сложная и освещать ее нужно с большим тактом и умением. Как показал анализ текстов, некоторым журналистам это удастся, но на самом деле это одна из тем, которая, безусловно, требует активной и интенсивной творческой работы журналиста и понимания современных детских, подростковых проблем, вкусов и ценностей.

Повторим, что реже поднимаются в конкурсных публикациях темы, связанные с условиями жизни, сферой занятости и бытом. С одной стороны это объяснимо, потому что порой журналист мало чем может помочь в жилищной проблеме или устройстве на работу. Однако вряд ли

можно оправдать, что даже в аналитических статьях так мало внимания уделено этим острым сегодня темам.

Если сравнивать внимание освещение перечисленных тем разными типами изданий, то можно заметить, что федеральные газеты больше, чем их собратья по перу, обращаются к сфере занятости и жилищным условиям. Региональные газетчики чаще, чем другие, пишут о сиротах. Журналисты городских и районных газет – о хороших семьях, особенно многодетных, а также о культурных занятиях семей. Фирменные темы журналов – нравственные проблемы, методы воспитания детей и взаимоотношения в семьях.

Более глубоко рассмотреть способы освещения тематики поможет анализ характера публикаций. Все темы кодировались по трем признакам: позитивное освещение, нейтральное или сбалансированное и критическое (табл. 4).

Таблица 4

**Темы. Характер оценки ситуации
(в % к числу упоминаний характера оценки)**

ТЕМЫ	ФГ	ОГ	ГГ	РГ	Жур.	Ср.
Государство, власти, общество и семья						
Позитивная	30	67	80	93	86	74
Нейтральная, сбалансированная	10	11	6	2	4	7
Критическая	60	22	14	4	10	19
Семья как целостность						
Позитивная	84	94	100	100	97	96
Нейтральная, сбалансированная	11	2			1	2
Критическая	5	4			2	2
Условия жизни семьи						
Позитивная	23	60	77	94		67

Социология массовых коммуникаций

Нейтральная, сбалансированная	15	20				6
Критическая	62	20	13	6		27
Работа, занятия, благосостояние семьи						
Позитивная	19	58	83	89	17	61
Нейтральная, сбалансированная	31	25		4	33	17
Критическая	38	17	17	7	50	22
Быт, домоведение, хозяйство						
Позитивная	20	100	100	97	100	94
Нейтральная, сбалансированная	20					1
Критическая	60			3		5
Взаимоотношения в семье						
Позитивная	52	67	93	100	76	80
Нейтральная, сбалансированная	14		4		7	8
Критическая	34	33	3		17	12
Воспитание детей						
Позитивная	55	88	96	100	96	92
Нейтральная, сбалансированная	18	6	2		11	3
Критическая	27	6	2		3	5

Досуг, отдых, образ жизни семьи						
Позитивная	76	100	27	100	94	95
Нейтральная, сбалансированная					3	1
Критическая	24		3		3	4
ОБЩЕЕ ПО ТЕМАМ						
Позитивная	46	82	91	96	80	81
Нейтральная, сбалансированная	14	8	2	1	8	6
Критическая	40	10	7	3	12	13

Позитивная оценка превалирует, доходя до 96 % в публикациях журналистов районных и 91 % – городских. В целом по всем видам печати 81 % материалов с плюсовой оценкой. Это связано, главным образом, с конкурсным характером публикаций, которые обычно представляют собой очерки или зарисовки о хороших семьях. Критичнее всего оказались федеральные издания, где в 40 % материалов есть критика, особенно это касается деятельности государственных органов и условий жизни семей. Понять это нетрудно – федеральные газеты не подчинены местным органам власти и имеют свободу критиковать их. Журналы тоже нередко пишут критические публикации, связанные со сферой занятости и благосостоянием семья (50 % публикаций). Впрочем, в других типах изданий эта тема тоже нередко бывает критически оцененной, также как и тема условий жизни семьи и работа чиновников по обеспечению нормальных условий для семей, особенно многодетных и с приемными детьми. Менее всего критичны районные и городские газеты, поскольку являются органами местных властей и нацелены на освещение позитивных явлений в жизни семьи.

Характеристики семьи и брака

В кодификаторе было предусмотрено несколько параметров, которые можно было измерить в ходе контент-анализа: тип семьи, количество детей, характер брака, его четность и отраженные в публикациях этапы семейной жизни. Приведем некоторые из этих характеристик (табл. 5).

Таблица 5
Характеристики семьи (в % к числу публикаций)

Тип семьи	ФГ	ОГ	ГГ	РГ	Газ.	Жур.	СР.
Малая полная семья (супруги без детей)		2	13	2	4	1	3,1
Полная семья (супруг/супруга + дети)	11	38	31	50	27	28	35,9
Сложная семья (супруг/супруга + дети + родители супругов, внуки, братья, сестры)	1	9	6	14	9	1	7,7
Неполная семья (один из супругов или их родители +дети)	4	4	6	4	4	3	4,0
Семья с приемными детьми (в том числе со своими и приемными)	6	21	15	13	15	3	12,7
Нет упоминания о конкретных семьях	78	34	29	7	29	66	28,6

Тип брака	
------------------	--

Социология массовых коммуникаций

Зарегистрированный в ЗАГСе брак	21	50	45	34	41	32	39,3
Церковный брак		4	5	2	3		2,5
Гражданский брак	1	1	1		1		0,7
Нет упоминания о формах брака	78	44	66	65	51	69	47,1
Количество детей							
Ни одного ребенка		2	1	1	1	1	1,2
Один ребенок	4	12	12	6	9	6	8,5
Двое детей	3	8	13	21	13	2	10,6
Трое детей	8	12	8	17	12	9	11,4
Четверо и более	9	21	18	22	19	16	18,6
Нет упоминания о детях	78	45	50	33	46	66	42,6

Основное внимание в публикациях уделяется полным семьям – 36 % всех публикаций. На втором месте семья с приемными детьми – 13 %, затем многопоколенная семья – 8 %. О неполных семьях и семьях без детей материалов очень мало. Здесь наблюдается значительная разница в процентах по типам изданий. В 50 % публикаций журналистов районных газет пишется о полных семьях, как правило, положительные материалы. О семьях с приемными детьми больше материалов публикуют сотрудники региональных газет (21 %), чем их коллеги из других изданий. Городские газеты уделяют достаточное внимание семьям без детей, а в федеральных изданиях вообще редко пишут о конкретных семьях – всего в 22 % публикаций. Упоминания о количестве детей в конкурсных материалах прямо пропорционально количеству детей в семьях: чем их больше, тем чаще пишут о таких семьях (от 19 % о многодетных до 9 % о семьях с одним ребенком).

Интересно сопоставить результаты нашего исследования с контент-анализом на темы семьи федеральных изданий «Московский комсомолец», «Комсомольская правда», «Московский комсомолец», «Российская газета» за 2008 год¹ (табл. 6)

¹ Фролова Т.И. Гуманитарная повестка дня российских СМИ. М., 2015

Таблица 6

**Типы семей, представленные в медиаконтенте
(в % к числу публикаций)**

Типы семей	Ср.
Полная семья с детьми	26,8
Патриархальная трехколенная	15,0
Неполная семья	9,3
Пробный брак	6,8
Бездетная	4,3
Гражданский брак	1,8
Другие формы семейных отношений	3,7

Как видим, в конкурсных публикациях чаще пишут о полных семьях, семьях с приемными детьми, чем в названных выше федеральных изданиях. Но о квазибраках в федеральных изданиях пишут гораздо чаще, чем зафиксировано относительно публикаций, присланных на конкурс (12,3 % и 0,7 % соответственно).

Чаще всего в конкурсных публикациях героями становится мать (10 %), бабушка (8 %) и отец (7 %). Гораздо реже речь идет о детях, и ровно в том порядке, о котором говорилось выше: младший возраст, тинэйджеры, молодые люди. Пожилым больше внимания уделяют районные газеты (22 %). Причем они чаще упоминаются в публикациях журналистов, которые работают в газетах национальных образований, чем у их коллег из русскоязычных районов (29 и 16 % соответственно). О тинэйджерах и молодых чаще пишут журналисты федеральных изданий, тем более что в выборке представлено 4 региональных версии «Московского комсомольца», который прежде был молодежной газетой и сейчас значительную долю контента адресуют молодежи. Судя по полученным данным, можно утверждать, что чем крупнее локальность, тем больше журналисты уделяют внимания молодым. Но в целом есть актуальная потребность не просто писать о молодых, а адресовать публикации семейной тематики молодой аудитории. Вероятно, молодежь не читает прессу, в том числе, и потому, что пресса не видит ее в рядах своей аудитории. Крайне мало примеров положительного опыта решения этой проблемы в прессе.

Контент-анализ показал, что в 87 % случаев публикации – без-

конфликтные, позитивные, информационное или очерковые тексты. Но кажется весьма прямолинейным понимание очерка как бесконфликтного жанра, которое укоренилось в сознании современных журналистов. Напротив, очерк – сложный жанр, который рассказывает о жизни героя во всех ее перипетиях. В зарисовке же, которая превалирует в районных, например, газетах, конечно, не раскроешь эту сложность. Поэтому в большинстве случаев публикаций в «районках» – краткое описание истории жизни героя с перечислением его заслуг. И потому только в 4 % публикаций журналистов районных газет есть упоминание о конфликтах. Это объясняется отчасти и тем, что районные газеты редко пишут о конфликтах с властями, поскольку являются их органами.

Преимущественные типы конфликтов, как следует из результатов исследования, – между родителями и детьми, а также между супругами. Поводами конфликтов поколений в основном являются расхождение взглядов на жизнь, на отношения между полами, на семейную жизнь и свободу нравов. Отмечается в качестве причин конфликтов аморальное поведение детей, поздние возвращения домой, их своеволие, непослушание, наркомания, игромания и т.п. Если сложить эти причины, то они будут превалировать. Однако на втором месте алкоголизм родителей, и в связи с этим – грубость, рукоприкладство, насилие в семье.

Довольно существенная доля конфликтов приходится на конфликты семьи с госструктурами – второе место. На третьем месте в ряду поводов для конфликтов называется бедность семьи, дополненная плохими жилищными условиями. Супружеская неверность как предлог для конфликтов называется всего в двух публикациях.

И снова количество и тип конфликтов в конкурсных публикациях отличается от тех, что зафиксированы в исследовании газет «Московский комсомолец», «Комсомольская правда», и «Российская газета» В федеральных изданиях на первых местах психологические причины и воспитание детей (табл. 7)¹.

Таблица 7

Причины конфликтов (в % к числу публикаций)

Причины конфликтов	Ср.
Психологические	26,2
Воспитание детей	21,2
Финансовые	15,0

¹ Фролова Т.И. Гуманитарная повестка дня российских СМИ. М., 2015.

Причины конфликтов	Ср.
Культурно-ценостные ориентиры	13,1
Социальная адаптация, способность решать жизненные проблемы	10,6
Хозяйственные, распределение обязанностей	7,6
Интимные	6,3
Вредные привычки (алкоголизм и др.)	2,5

Вообще крупные газеты, особенно массовые, в принципе чаще пишут о конфликтах, и нередко поводами для публикаций являются скандалы, сенсации, супружеские измены и прочие негативные явления в семейной жизни. А журналисты, приславшие свои публикации на конкурс, гораздо чаще рассказывают о благополучных семьях и условиях их дружной жизни. В ряде регионов хорошие семьи участвуют в различных конкурсах и поощряются премиями, что стимулирует жанр «парадного» очерка об этих семьях.

Литература:

- Антонов А.И. Микросоциология семьи. – М., 2005.
- Вартанова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. – М., 2013.
- Замотина Н.Н. Семья в российской журнальной периодике: информационные практики в контексте антикризисных стратегий // Медиаскоп. – 2015. – №1. <http://www.mediascope.ru/node/1687>
- Здравомыслова О.М. Семья и общество: гендерное измерение российской трансформации. – М., 2003.
- Концепция государственной семейной политики в Российской Федерации на период до 2025 года. – М., 2014.
- Краткие итоги пилотного обследования «Семья и рождаемость». URL:http://www.gks.ru/free_doc/2006/demogr.htm
- Левада-Центр. URL: <http://www.levada.ru/archive/semya/>
- Свитич Л.Г. Женская пресса в динамике // Гендер и СМИ. Ежегодник–2012. – М., 2013.
- Свитич Л.Г. Семья и будущее России. Социологическое исследование: контент-анализ конкурсных публикаций. – М., 2015.
- Семейная политика в Европе и России: гендерный анализ. – СПб, 2008.
- Семейные ценности в современных СМИ. Резюме по результатам социологического исследования. – М., Циркон, 2013

- Семенова А.Л., Корсунская М.В. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения. – М.: Институт социологии РАН, 2010.
- Семья в России-2008. Федеральная служба государственной статистики URL:http://www.gks.ru/bgd/regl/b08_69/IssWWW.exe/Stg/01-11.htm
- Семья и будущее России. Всероссийский конкурс для журналистов. – М., 2014.
- Синельников А.Б. Трансформация семьи и развитие общества. – М., 2008.
- Смирнова О.В., Фролова Т.И. Кризис семьи в медиаизмерениях (анализ текстов российских СМИ) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика.– 2011.– № 1.
- Социология семьи / Под ред. А.И.Антонова. – М., 2005.
- Судьба семьи в России XXI века: размышления о семейной политике. – М., 2000.
- Третий форум Всероссийской программы «Святость материнства». – М., 2013.
- Формирование семейно-ориентированной информационной политики в современной России: запрос, содержание, методы. – М., 2013.
- Фролова Т.И. Гуманитарная повестка дня российских СМИ: журналистика, человек, общество. – М., 2014.
- Фролова Т.И. Человек и его мир в информационной повестке дня. Гуманитарные технологии в журналистике. – М., 2009.
- Харчев А.Г. Брак и семья в СССР. – М., 1979.
- Шнейдер Л.Б. Семья: оглядываясь вперед. – СПб, 2013
- Эволюция семьи / Под ред. А.Г. Вишневого. – М., 1992.

Инфофриллинг как технология репрезентации телевизионных новостей (УДК 316.774)

Ефанов А.А., кандидат социологических наук, доцент кафедры связей с общественностью и журналистики Оренбургского государственного университета;
e-mail: yefanoff_91@mail.ru

В статье концептуализируется понятие инфофриллинга как доминирующей технологии репрезентации новостей, заключающейся в злоупотреблении ярким, зрелищным, «трешевым» видеорядом. Данная технология позволяет резко, «стрессово» привлечь внимание аудитории, формировать устойчивый интерес к контенту, провоцируя аффективные реакции индивидов и тем самым обуславливая процесс медиаманипулирования. Из всех аудиовизуальных СМИ инфофриллинг в наибольшей степени присущ именно телевидению, поскольку, в отличие от интернета, телевизионные продукты (особенно информационные программы основных федеральных телеканалов) исключают альтернативу для своих потребителей, тем самым погружая в «навязанный» мир «пугающих» образов, неожиданных действий и опасных событий.

Ключевые слова: инфофриллинг, инфотейнмент, телевидение, новости, информационные программы.

В современном поле медиа информационный контент остается самым востребованным у потребителей. Как показывают результаты исследования медиапредпочтений телевизионной аудитории, проведенного ВЦИОМ, 72 % опрошенных «считают основной функцией ТВ – информационную»¹. Новостные программы занимают у телезрителей первое место по популярности (62 %). Используя стилистически нейтральный тон повествования (в отличие от информационно-аналитических программ или ток-шоу), в сознании россиян закрепляется впечатление, будто новости выполняют исключительно информационную функцию. С позиций визуальной социологии, оперируя терминологией ее основателя П. Штомпки, можно определить, что информационные телепрограммы являются «посредником в получении нового знания или критической перспективы»².

На этом фоне акторы поля телевидения стали активнее использовать разнообразные технологии репрезентации новостных сообщений, главной из которых можно считать инфофриллинг. Однако до настоя-

¹ Телевидение: «зомбоящик» – или «окно в мир»? // Омнибус ВЦИОМ, 2015. – Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115133> (дата обращения – 12.07.2015).

² Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учебник / пер. с польск. Н.В. Морозовой; авт. вступ. ст. Н.Е. Покровский. – М.: Логос, 2007. – С. 49.

щего времени в социогуманитарных науках уделялось недостаточное внимание теоретическому и эмпирическому обоснованию данного феномена. Целью настоящего исследования является концептуализация инфофриллинга как доминирующей технологии репрезентации телевизионных новостей.

Еще со студенческой скамьи журналистов обучают, что в основе производства любого медиапродукта, наряду с объективностью, фактографичностью и беспристрастностью, лежит принцип небанальности, – иными словами, оригинальности произведения. Подобная установка стала своеобразным «кредо» многих журналистов, начиная с 1990-х годов (в период ослабления цензуры и активного заимствования зарубежного опыта).

На данном этапе в поле телевидения начали появляться калькированные синтетические технологии – «инфотейнмент» (*information + entertainment*), «политейнмент» (*politics + entertainment*), «эдьютейнмент» (*education + entertainment*). Если политейнмент стал основой для конструирования политических ток-шоу (получивших особую актуальность в конце 2010-х годов, таких как «Поединок», «Вечер с В. Соловьевым», «60 минут», «Время покажет», «Первая студия» и проч.), эдьютейнмент активно применяется в научно-популярных, просветительских и образовательных программах («Галилео», «Хочу знать», контент телеканала «Наука 2.0» и др.), то инфотейнмент является прерогативой информационного вещания.

Само понятие инфотейнмента берет свое начало в середине 1980-х годов после выхода в свет книги Н. Постмана «Позабавимся до смерти»¹, в которой современный на тот момент новостной контент подвергается жесткой критике. Позднее данный термин уже появляется как в профессиональной, так и научно-популярной литературе. Например, «Оксфордский словарь английского языка» определяет инфотейнмент как «широковещательный материал, нацеленный и на развлечение, и на информирование»².

Основоположником инфотейнмента на российском телевидении по праву считается Л. Парфенов и его «Намедни». А по мере совершенствования технических возможностей инфотейнмент также существенно модернизировался. На современном НТВ в информационной программе «Сегодня. Итоги» (в 2011-2015 годах) метеобозревателю А. Скворцов совершал прямые включения с рыбалки, уборки снега, установки новогодних елок, зоопарка и т.п., завершая свой «перформанс» прогнозом погоды.

Что касается инфотейнмента на Первом канале, его креативные продюсеры традиционно используют виртуальные спецэффекты по случаю больших праздников (День Победы, Новый год и проч.). Особенно

¹ Postman N. *Amusing Ourselves to Death*. – New York: Penguin Books, 1985. – 128 p.

² Oxford Dictionary of English. – Oxford: Oxford University Press, 2003. – P. 358.

запомнится эфир, когда на прямую связь с ведущим новостей Д. Борисовым вышел Дед Мороз, а в конце своеобразного «телемоста» сказочный герой «пожал руку» журналисту.

В контексте современных российских коммуникационных реалий Е.А. Глазкова уточняет, что инфотейнмент «базируется на гедонистической функции медиа и апеллирует к эмоциям аудитории за счет, например, эффектов «театрализации», использования «игрового начала», визуальных и аудиоэффектов; провокационности экранного зрелища, мультижанровости, полистилистики; жестко выстроенной акцентированности и структурированности экранной информации»¹.

Е.М. Драгун выделяет основные критерии так называемой «инфотейнмент-журналистики»:

- 1) навыки и стандарты, отличные от принятых в «традиционной» журналистике;
- 2) ориентация на целевую аудиторию с невысокими культурными запросами, интерес которой необходимо постоянно «подогревать»;
- 3) этика, нормы которой в погоне за рейтингами приходится регулярно нарушать, что ведет к мимикрии и конформизму;
- 4) отрицание культурных ценностей, подчас граничащее с цинизмом;
- 5) умение максимально коммерциализировать результаты своей деятельности².

Таким образом, в дефинициях обоих исследователей доминирует отрицательная коннотация с акцентом на низкожанровость, тривиальность формы, примитивизацию культурных ценностей аудитории, нарушение со стороны журналистов профессиональных и общечеловеческих этических принципов. Можно не согласиться с подобным научным подходом, поскольку в некоторых случаях инфотейнмент позволяет решать важные социальные проблемы.

К примеру, в информационной программе «Вести Оренбуржья» (ГТРК «Оренбург») корреспондент Е. Ерофеева (ныне спецкорр ВГТРК) в своем материале использовала игровой стендап: она пришла к особняку главы одного из поселков области с вязанкой дров, применив речевую стратегию: *«Наверное, в вашем доме тепло. А вот сироты в своих квартирах замерзают»*. Сам репортаж был посвящен проблеме качества жилья, которое дети-сироты получили по специальной программе у муниципалитета.

Другой свой сюжет Е. Ерофеева начала со стендапа, в котором она сидела в хлеву и ела... сено. Данный процесс сопровождался идиомой: *«Господин *** «объедает» коров»*. В материале рассказывалось о крупном чиновнике, который «отмывал деньги», не выплачивая аграриям

¹ Глазкова Е.А. Инфотейнмент в экранных искусствах: захватывающая реальность или антропологический эксперимент? // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. – 2016. – № 3 (23). – С. 114.

² Драгун Е.М. Инфотейнмент как явление современной медиакультуры: дис. ... канд. культурол. наук: 24.00.01. – М., 2015. – С. 71-76.

субсидии в полном объеме». Таким образом, используя оригинальную форму, репортер смогла привлечь внимание к общественно значимым проблемам, выполняя при этом главную функцию журналистики – помощь людям, отстаивание прав простого человека. За цикл своих репортажей корреспондент удостоилась гран-при Всероссийского конкурса телевизионных фильмов и программ «Мир права».

В свою очередь, внутри инфотейнмента возникла еще одна технология – «**инфофриллинг**», – которая в современном коммуникационном пространстве стала существовать дискретно. Понятие «инфофриллинг» (*information + thrilling*) дословно означает «захватывающую», «сильно волнующую», «пугающую» информацию, которая, подобно таким кинематографическим жанрам, как боевик или триллер, «притягивает» зрителей к экранам за счет ярких образов и «трешевых» действий. Однако, в отличие от художественной образности кино, наибольший эффект достигается за счет того, что в сознании индивидов формируется устойчивое восприятие, поскольку все происходит в действительности (пусть и представляя собой проявление медиареальности).

Первые попытки обоснования данного феномена принадлежат А.А. Новиковой. В контексте инфотейнмента она определяет, что жанрами-прототипами технологии, в рамках настоящего исследования обозначенной как инфофриллинг, являлись «тайна (детектив) и «ужасная история» (катастрофа). Если в течение дня произошло событие, повлекшее за собой человеческие жертвы, эта новость должна была стоять в выпуске первой, ей уделялось особое внимание. Такой выбор «повестки дня» дал старт превращению выпуска новостей в формульное произведение»¹.

Таким образом, в 1990-е годы был сформирован современный подход к верстке информационных программ, когда новый формат телевизионных новостей стал предполагать старт выпуска с сообщения, априори вызывающего интерес у публики за счет драматичности события, его потенциальной опасности (исходя из классических законов психологического воздействия на аудиторию – примата инстинкта самосохранения). Посредством «эффекта присутствия», которого позволяет добиться телевидение, зрители превращаются в своего рода «телеочевидцев», погружаясь в виртуальный мир деструктивных образов.

Наряду с единичными проявлениями инфофриллинга (как следствие активной ретрансляции кадров крупных ДТП, пожаров, терактов² и проч.) существуют также прецеденты, обуславливающие многосерийность инфофриллинга, – подчинение законам нарратива.

¹ Новикова А.А. Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности. – М.: Изд. дом Высш. школы экономики, 2013. – С. 109.

² Ефанов А.А. Конституирование медиапсихоза в отношении терроризма // Социокультурные среды и коммуникативные стратегии информационного общества: труды Междунар. науч.-теор. конф. 28-31 октября 2015 года. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2015. – С. 262-265.

Так, впервые подобная разновидность технологии инфофриллинга стала применяться в период Первой и Второй чеченских кампаний, когда журналисты (с одной стороны, ввиду негласной «свободы» медиа и внутреннего желания привлечь интерес к своим продуктам, с другой, – вследствие слабой конституированности профессиональных этических норм и низкого уровня общечеловеческой морали) буквально в режиме «нон-стоп» тиражировали не только кадры военных действий, но и последствия кровопролитных столкновений – погибших солдат, отчаявшихся мирных жителей, заложников. Активно транслировались кадры любительской съемки (преимущественно боевиков), придающие происходящему особую документальность.

Проявление многосерийного инфофриллинга можно обнаружить спустя почти 10 лет – в 2008 году – во время вооруженного конфликта в Южной Осетии. На протяжении так называемых «пяти дней войны» все события активно освещались основными федеральными телеканалами. Информационные программы работали в режиме моноэфира, хроникально передавая все новые подробности. Каждые 2-3 часа выходили экстренные выпуски новостей.

При этом отличительной особенностью данного явления можно считать то, что, помимо ретрансляции кадров военных действий, делался особый акцент на заявления политических акторов: как президентов М.Н. Саакашвили, Д.А. Медведева и председателя Правительства России В.В. Путина, представлявших две стороны конфликта, так и условных «внешних наблюдателей» – лидеров европейских и западных государств, а также членов Совета Безопасности ООН. Подобное сочетание политического и милитаристского контента усиливало общий эффект от явления, поскольку, не выключая телевизоры, все пять дней аудитория пребывала в напряжении, опасаясь перехода от информационной – к реальной войне между Россией и Грузией.

Особый масштаб технология многосерийного инфофриллинга приобрела в 2014 году во время так называемого Российско-украинского кризиса, когда менеджеры федеральных телеканалов начали усиливать информационное вещание. Хронометражи новостных выпусков с 30 минут были увеличены до 60 (к примеру, «Вести» на телеканале «Россия 1»). Ежедневно в течение года выходили экстренные выпуски новостей (в связи с резонансными событиями на Украине, в ДНР и ЛНР или громкими заявлениями политиков по этому поводу).

Согласно данным авторского контент-анализа, все основные федеральные телеканалы (Первый канал, «Россия 1», НТВ) делали акцент на кадры военных действий, представляя репортажи корреспондентов из «горячих точек» (Киева, Донецка, Луганска и т.д.). Исходя их аудиовизуальной природы телевидения, данные материалы, изобилуя зрелищной «картинкой», привлекали особое внимание аудитории (что продиктовано первичной потребностью общества – стремлением к безопасности и защищенности).

Для достижения максимальной эффективности медиаконтролеры применяли риторику опасности: «*Вчерашние братья-украинцы сегодня превращаются в российских врагов*» («Россия 1»); «*Смута накрыла «мать городов русских» – Киев*» (Первый канал); «*Обезумевшие бандеровцы бьют всех, без разбора*» (НТВ); «*Новая украинская власть без стеснения готова претендовать на российские земли*» («Россия 1»). А для конституирования медиакартины и провоцирования аффективных реакций использовались комментарии политических акторов (преимущественно первых лиц государства).

Результаты серии авторских онлайн-опросов «Панические социальные настроения и телевидение» (n=400) в социальной сети «ВКонтакте»¹ подтвердили, что в декабре 2014 года наибольшую обеспокоенность и тревожность в обществе провоцировали новости в отношении Российско-украинского кризиса (69 %). Вторую позицию заняли сообщения о взаимоотношениях со странами Запада и Европы (18 %), что можно рассматривать в качестве вторичного явления, обострившегося в результате Российско-украинского кризиса.

Кроме того, респондентам был задан открытый вопрос: «Почему данные новости вызывают у вас обеспокоенность и тревожность?» Так, 65 % опрошенных подчеркивали угрозу Третьей мировой войны: «*До Третьей мировой недалеко*»; «*Высока вероятность мировой войны*»; «*Ситуация с Украиной может разжечь международный вооруженный конфликт*» и т.п. 35 % делали акцент на опасность социальной дезорганизации внутри страны: «*Это подрывает стабильность в обществе*»; «*Экономический кризис может спровоцировать социальный упадок*»; «*В бедной стране высок риск разгула преступности*» и т.п.

Однако в 2016 году вследствие относительной стабилизации обстановки на Украине в информационных программах федеральных телеканалов в 7 раз сократилось количество эфирного времени на освещение данного вопроса. Интерес медиа был перенаправлен в сторону Сирии, где начала осуществляться антитеррористическая миссия России против ИГИЛ (запрещенной в РФ организации)². Инфофриллинг также проявлялся посредством ретрансляции кадров военных действий (особенно при наведении точечных ударов с воздуха по группировкам террористов, что являлось для телезрителей новым, привлекающим особое внимание), а также комментариев политических акторов.

Результаты второго этапа серии авторских онлайн-опросов «Панические социальные настроения и телевидение» свидетельствовали о том,

¹ Ефанов А.А. Российско-украинский кризис: была ли моральная паника? // Logos et Praxis. – 2017. – Т. 16. – № 2. – С. 93-99.

² Ефанов А.А. Оренбуржцы в ИГИЛ (запрещенной в РФ организации), или В поисках толерантного ответа на «исламский вопрос» (опыт оренбургских СМИ) // Современные медиакоммуникации как информационная площадка межнационального и межэтнического диалога: Материалы Международной научно-практической конференции. 1-й том. – Краснодар: КСЭИ, 2017. – С. 130-136.

что на фоне медиа-репрезентации контртеррористической операции в 2016 году респонденты стали сильнее опасаться разжигания Третьей мировой войны (79 %): «Миротворческая миссия в Сирии может обернуться для нас войной»; «Россия потревожила террористов, как улей пчел. И теперь боевики ИГ могут ополчиться на весь мир».

Между тем, в 2017 году вследствие завершения антитеррористической миссии России в Сирии наблюдалось падение медиаинтереса к данному явлению, его постепенное исключение из «повестки дня». В этой связи технология инфофриллинга также прекратила применяться.

На основании проведенного исследования можно сформулировать авторское определение понятия **инфофриллинга**, под которым понимается технология репрезентации новостей, заключающаяся в злоупотреблении ярким, зрелищным, «трешевым» видеорядом. Данная технология позволяет резко, «стрессово» привлекать внимание аудитории, формировать устойчивый интерес к контенту, провоцируя аффективные реакции индивидов и тем самым обуславливая процесс медиаманипулирования.

Из всех аудиовизуальных СМИ инфофриллинг в наибольшей степени присущ именно телевидению, поскольку, в отличие от интернета, телевизионные продукты (особенно информационные программы основных федеральных телеканалов) исключают альтернативу для потребителей (тем более для своей целевой аудитории 50+, характеризующейся низкой медиа-информационной грамотностью, сохраняющей высокую лояльность к ТВ), тем самым погружая в «навязанный» мир «пугающих» образов, неожиданных действий и опасных событий. В свою очередь, телезрителей не покидает ощущение, что все происходит в реальности, а информационные программы выполняют исключительно роль констататора, в связи с чем созданный медиаконструкт воспринимается со стороны индивидов как угроза социальной безопасности.

Безусловно, феномен инфофриллинга нуждается в дальнейшем изучении и концептуализации. Однако предпринятая попытка его научного обоснования сделала возможным посмотреть на данную технологию под иным – конструкционистским – углом, проследить закономерности между новостным видеоконтентом, установками медиаконтролеров и социальными реакциями аудитории. Несомненно, предложенная концепция позволит усилить исследовательский потенциал процессов, происходящих в новостном поле медиа.

Литература:

- Глазкова Е.А. Инфотейнмент в экранных искусствах: захватывающая реальность или антропологический эксперимент? // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. [Текст] – 2016. – № 3 (23). – С. 114-121.
- Драгун Е.М. Инфотейнмент как явление современной медиакультуры

- туры: дис. ... канд. культурол. наук: 24.00.01. [Текст] – М., 2015.
- *Ефанов А.А.* Конституирование медиапсихоза в отношении терроризма // Социокультурные среды и коммуникативные стратегии информационного общества: труды Междунар. науч.-теор. конф. 28-31 октября 2015 года. [Текст] – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2015. – С. 262-265.
 - *Ефанов А.А.* Оренбуржцы в ИГИЛ (запрещенной в РФ организации), или В поисках толерантного ответа на «исламский вопрос» (опыт оренбургских СМИ) // Современные медиакоммуникации как информационная площадка межнационального и межэтнического диалога: Материалы Международной научно-практической конференции. 1-й том. [Текст] – Краснодар: КСЭИ, 2017. – С. 130-136.
 - *Ефанов А.А.* Российско-украинский кризис: была ли моральная паника? // Logos et Praxis. [Текст] – 2017. – Т. 16. – № 2. – С. 93-99.
 - *Новикова А.А.* Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности. [Текст] – М.: Изд. дом Высш. школы экономики, 2013.
 - Телевидение: «зомбоящик» – или «окно в мир»? // Омнибус ВЦИОМ, 2015. – Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115133> (дата обращения – 12.07.2015).
 - *Штомпка П.* Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учебник / пер. с польск. Н.В. Морозовой; авт. вступ. ст. Н.Е. Покровский. [Текст] – М.: Логос, 2007.
 - Oxford Dictionary of English. [Text] – Oxford: Oxford University Press, 2003.
 - *Postman N.* Amusing Ourselves to Death. [Text] – New York: Penguin Books, 1985.

Формирование образа России западной прессой в ходе военных кампаний XIX века: истоки противостояния

Мельников В.А., старший преподаватель кафедры журналистики филиала Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова в Севастополе; matros1949@yandex.ua

В статье рассматриваются информационные войны, которые идут и в мирное время, и порождение ими военных конфликтов. В числе таких знаковых исторических событий автор называет наполеоновские войны, Крымскую войну (1853-1856), а затем и Русско-турецкую войну на Балканах (1877-1878). Они во многом способствовали зарождению военной журналистики и появлению профессии военного корреспондента. На исторических примерах показано, как при растущем профессионализме военкоров неизменной остается для них установка – формирование у аудитории отрицательного образа России. Их усилиями создавалось представление о России как об агрессивной варварской стране, угрожающей всему миру и стремящейся уничтожить прогрессивную цивилизацию Европы. Европейская пресса освещала военные события с точки зрения англичан, французов, австрийцев, шведов и других участвовавших в войне стран. Большинство публикаций носило антироссийский характер. Ответственность за войны возлагалась на Россию (например, сильное агрессивное государство напало на слабую Турцию). При этом успехи российских войск всячески принижались. Эта практика используется и сегодня.

Ключевые слова: *информационная война, противостояние, театр военных действий, наполеоновские войны, Крымская война (1853-1856), Русско-турецкая война на Балканах (1877-1878), военная журналистика, военный корреспондент, образ России в западной прессе.*

События последнего времени делают актуальным обращение к истокам противостояния России и западных стран, которое сегодня в научной литературе обозначают термином «информационные войны». Собственно, как не информационной войной следует называть антироссийскую истерию, охватившую Великобританию, вызванную инцидентом с бывшим полковником ГРУ Сергеем Скрипалем.

«Лондон стремится ослабить и сдержать растущее влияние России в мире», – отмечает профессор РУДН Юрий Почта. – Ссора с Британией – это надолго. Нужно помнить, что Лондон – вечный геополитический противник Москвы, и как только Россия усиливает свое геополитиче-

ское влияние на континенте, Соединенное Королевство ищет способ ее ослабить или с кем-то столкнуть, чтобы англо-саксонский мир по-прежнему мог господствовать в Евразии»¹.

Данный пример является доказательством того, как считает российский исследователь С.П. Расторгуев, что «проблема информационной войны – это проблема невидимости логики во всем происходящем»².

Но зададимся вопросом, насколько невидима логика, когда очевидно, что, по мнению А.В. Манойло, «психологические операции — они же информационные. Это два названия одного и того же метода воздействия... При этом стандартные американские операции информационной войны представляют собой последовательность вбросов, разделенных периодами тишины или так называемыми периодами экспозиции, объединенных единым замыслом, согласованных по целям, задачам, объектам, инструментам информационно-психологического воздействия»³.

Из данного рассуждения следует, что западной журналистикой негативный образ России формируется давно и последовательно. Именно эта имиджевая работа позволяет постоянно усиливать противостояние, которое особенно ярко проявляется в период военных конфликтов, которые сменяют «периоды тишины или так называемые периоды экспозиции». Именно на театре военных действий для того, чтобы победить, необходимо было умалить достижения противника для своего народа, своей армии и вести информационную работу с населением на территории противника, чтобы уменьшить его сопротивление.

Российские и западные исследователи сегодня все чаще обращаются к истории, пытаясь определить те кульминационные точки, с помощью которых можно было бы понять, в чем суть сегодняшнего противостояния. В числе таких знаковых исторических событий среди прочих они называют наполеоновские войны, Крымскую войну (1853-1856), а затем и Русско-турецкую войну на Балканах (1877-1878).

В этом есть определенная логика, так как, по мнению отечественного исследователя Д.А. Волгонова, «конкретное состояние общественного бытия любой исторической эпохи находит свое отражение и в соответствующем общественном сознании. В нем не может быть ничего такого, что бы не имело истоков в реальном бытии настоящего или прошлого. Даже фантастические идеальные модели и конструкции черпают основу из конкретного бытия. Поэтому, объясняя те или иные

¹ Бут М. Жесткий, но зеркальный: ответ Москвы лишил Британию «мягкой силы» в РФ // URL.: https://rueconomics.ru/vse-novosti#from_copy.

² Расторгуев С.П. Философия информационной войны. – М., Вузовская книга, 2001. – С.17.

³ Григорьев М. Операция делегитимизации. 5 марта 2018. URL.: <https://polit.info/390485-operaciya-delegitimizaciya>

явления в области духовной жизни, тенденции, следует видеть и объективные корни, их вызвавшие и находящиеся в общественном бытии»¹.

По мнению С.П. Расторгуева, «информационная война не есть детище сегодняшнего дня. Многие приемы информационного воздействия возникли тысячи лет назад вместе с появлением информационных самообучающихся систем – история обучения человечества это и есть своего рода информационные войны»².

Данную точку зрения разделяют и авторы «Истории информационной войны». Они утверждают, что «в действительности, эта информационная атака на Русь началась намного раньше – началось все это в начале 16 века, когда впервые на Руси появились «летучие листки» — бумажные документы объемом от 4 до 8 страниц, иногда с примитивными гравюрами, которые стали прообразом нынешней «желтой прессы». Эти листки проявили себя в 1514 году, после того, как Россия в битве при Орше потерпела поражение от литовских войск»³. Даже сейчас польские историки признают, что в те годы «оршанская пропаганда» помогла Польше настроить часть Европы против Московии.

Не менее интересен и период наполеоновских войн, который ознаменовался тем, что еще задолго до похода в Россию французские газеты начали формировать у своих сограждан представление о России как об агрессивной варварской стране, угрожающей западной цивилизации. В то же время накануне войны французская пропаганда пыталась привлечь на свою сторону российских крестьян, стремясь инициировать восстания против крепостничества.

Наполеоновская пропаганда на начальном этапе войны действительно оказалась эффективной – в 1812 году в России произошло немало крестьянских выступлений против помещиков, в том числе весьма серьезных. Об этом пишет русский историк Е.В. Тарле в своей книге «Наполеон». Он приводит рассуждения Эдуарда Дрио, который исследовал внешнюю политику Наполеона. По его мнению, Наполеон «думал поднять казанских татар: он приказал изучить восстание пугачевских казаков; у него было сознание существования Украины... Он думал о Мазепе... Поднять революцию в России – слишком серьезное дело! Наполеон не без боязни остановился перед грозной тайной степей...»⁴.

Европейские правители изучали состояние российского общества, вели активные поиски тех социальных срезов и отдельных личностей,

¹ *Волкогонов Д.А.* Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания. – М.: Воениздат, 1984. - С.11.

² *Расторгуев С.П.* Философия информационной войны. – М., Вузовская книга, 2001. – С. 17.

³ История информационной войны. Часть 1. {Электронный ресурс}- URL.:<https://ababab-balalar.livejournal.com/97271.html>.

⁴ *Тарле Е. В.* Наполеон. Глава 13. Нашествие Наполеона на Россию 1812 год. Часть 7. {Электронный ресурс}- URL.: <http://historyline.ru/france/tarle/tarle13f.html>.

на которые можно было опираться во время вторжения в Россию.

Основными «бойцами» информационных войн были и остаются журналисты. Перед ними стоит задача – создавать у общественности отрицательный образ России, умалять её военное превосходство и рассказывать об ужасах и зверствах, которые позволяла себе русская армия на поле боя.

Именно такая трактовка фактов позволила объяснить европейцам, почему соединенная англо-французская эскадра появилась в Черном море и бомбардировала Одессу. Чуть позже, как пишет В.Б. Блюмфельд, «в начале сентября 1854 года первые 62 тысячи «экспедиционной армии» Англии, Франции и Турции, при 134 орудиях, высадились севернее Севастополя, в Евпатории. Крымская война началась»¹.

Отечественный журналист Е. Галимзянова в статье «Крымская война в западной истории: «последний крестовый поход» и опыт для современного конфликта», размещенной на главном историческом портале страны «История.РФ.», пишет: «Теперь обратимся к еще одному знаковому вооруженному противостоянию – Крымской войне 1853-1856 годов, которая вследствие участия в ней объединённых англо-французских сил остается неизменно актуальной для историографии стран Запада»².

В материале речь идет о книге известного британского историка Орландо Файджеса. По мнению автора, «работа эта сегодня с высоты наших знаний о судьбе Крыма в 2014 году и позже интересна и тем, что она не написана «на злобу дня». Журналист обращает внимание на предвзятость автора в освещении тех далеких событий. «Если верить профессору из Принстона, оказывается, если сосредоточиться на так называемых «русских амбициях в Европе», то можно и проглядеть реальную угрозу по соседству»³.

Далее она обращает внимание на рецензию на книгу, опубликованную в газете «Нью-Йорк Таймс», «рецензент Гарри Басс и в 2011 году был настроен решительно, написав, что на месте автора книги он бы ещё больше развил критику России. В завершение своего отзыва американец прозорливо отметил, что «... тема Крымской войны остаётся волнительной и актуальной». Спустя пять лет с этим трудно не согласиться»⁴.

Чтобы не проглядеть угрозу цивилизованному европейскому миру, и тогда и сейчас, нужно ему сообщать, что, например, «в Севастополе британский историк увидел «ад, состоящий из нелепых распоряже-

¹ Блюмфельд В.Б. Первый военный фоторепортаж // Наше наследие. М. 1990 - С. 187.

² Галимзянова Е. Крымская война в западной истории: «последний крестовый поход» и опыт для современного конфликта. Электронный ресурс. URL.: //https://histrf.ru/biblioteka/book/krymskaia-voina-v-zapadnoi-istorii-poslednii-kriestovyi-pokhod-i-opyt-dlia-sovriemennogo-konflikta.

³ Там же.

⁴ Там же.

ний военных и отвратительных смертей: люди разбивались о скалы, их пронзали пики, разрубали мечи; везде были обезглавленные трупы»¹.

По мнению журналиста, «итог же самой войны под пером Файджеса мало чем отличается от победных реляций британцев образца 1856 года: «Опустошительные сражения на Чёрном море оказались непосильными для России: две трети солдат, убитых в войне, были русскими. После потери Севастополя Россия подписала унижительный мир»².

Насколько Парижский мир был унижительным, об этом до сих пор спорят историки. Но главное – необходимо было при этом всячески принизить успехи российских войск. В качестве такого примера можно сослаться на Синопскую битву, в ходе которой контр-адмирал П.С. Нахимов разгромил турецкий флот. Однако западными журналистами она преподносилась как рядовое сражение, сходное с простой вооруженной стычкой. В английской же прессе вообще писали о «предательском» нападении Нахимова на турок, о «бойне», учинённой им, и о нарушении международного права русским адмиралом. Газета «The Times», например, набросилась на Россию, объявив действия русского флота как «зверское побоище», и призывала Англию к войне против России.

А в 1854 г. Д. Рассел, лидер Палаты общин и глава Либеральной партии заявил: «Надо вырвать клыки у медведя. . . Пока его флот и морской арсенал на Черном море не разрушен, не будет в безопасности Константинополь, не будет мира в Европе»³. В действительности же разгром турецкого флота сорвал проведение крупной наступательной операции Турции на Кавказе.

Принижение военной мощи России и ее флота – только одна из тем, которая активно использовалась западной прессой в информационном противостоянии. Также придавалось большое значение религиозной стороне дела. Так, по мнению Файджеса, «сама война была вызвана религиозными спорами по поводу святых мест Иерусалима и Вифлеема, находившихся тогда под османской властью. Они побудили Россию направить свои войска в современную Румынию, тем самым угрожая разделом земель Оттоманской империи. В ответ последняя объявила войну, а Британия и Франция встали на её защиту»⁴.

Именно английская печать заявляла о необходимости защиты от русских варваров «богатой, хотя и несколько своеобразной, турецкой культуры». Печать Франции развивала эти идеи. Она старалась придать предстоящей

¹ Там же.

² Там же.

³ Волкова И. В. Антирусская агитация в западноевропейской прессе во время Крымской войны 1853 – 1856 гг. ФГБОУ ВПО «АмГПУ», г. Комсомольск-на-Амуре.

⁴ Галимзянова Е. Крымская война в западной истории: «последний крестовый поход» и опыт для современного конфликта. Электронный ресурс. URL: <https://histrf.ru/biblioteka/book/krymskaia-voina-v-zapadnoi-istorii-poslednii-kriestovyi-pokhod-i-opyt-dlia-sovriemennogho-konflikta>.

войне характер религиозного и культурного крестового похода против русских «еретиков». По этому поводу Е.В. Тарле писал: «Для Европы предпочтительнее слабая и безобидная Турция, чем всемогущая и деспотическая Россия. Россия в Константинополе — это смерть для католицизма, смерть для западной цивилизации. И, однако, именно такая катастрофа висит над нашей головой. Право против насилия, католицизм против православной ереси, султан против царя, Франция, Англия, Европа — против России»¹.

Попытки обвинить Россию в агрессивной политике и представить, как завоевателя, также является одним из приемов ведения информационных войн. Так, начинающий исследователь А.В. Манахова ссылается на этот прием, изучая деятельность военных корреспондентов в Русско-турецкую войну на Балканах (1877-1878). Она пишет: «Официальная причина начала войны (освобождение братьев-славян) не вызвала широкого резонанса, как, например, это было с событиями 1876 г. (истребление славянского населения). Зарубежные журналисты открыто писали о стремлении России в очередной раз завоевать Константинополь и укрепиться на Балканском полуострове. Поэтому сообщения иностранных корреспондентов в данном случае носили только информационный характер, в случае с англичанами — с оттенком шпионажа»².

Следует признать, что на период ведения рассматриваемых нами военных конфликтов пресса Западной Европы была более разветвленной и массовой. Только в Великобритании, по данным С.И. Беглова, в те годы выходило 1294 газеты и журнала. Из них 84 ежедневных издания, причем это были и дешевые газеты, и уважаемые типа «Таймс»³.

Появлялись и новые формы организации информационной деятельности, как, например, созданное в 1851 году агентство Рейтер. Но о нем мало кто знал до 8 сентября 1855 года, когда оно первым сообщило англичанам долгожданную новость о взятии англо-французскими войсками после 349-дневной осады российского Севастополя в Крымской войне. С этого времени британские газеты постоянно стали пользоваться поставляемой им информацией. Сам Поль Джулиус Рейтер, выходец из германского города Аахен, расширил диапазон новостей, включив в них не только биржевую информацию, с которой он начинал, но и политическую. В 1858 году Рейтер заключил договор с газетой «Таймс», это притом, что у нее были собственные корреспонденты в большинстве крупных городов мира.

Объяснить это можно тем, что в эти периоды именно новостное агент-

¹ Тарле Е.В. Крымская война: в 2-х т. М. —Л.: 1941 — 1944. Т. I, глава VII. Синопский бой и его ближайшие последствия. Электронный ресурс. URL.: <http://militera.lib.ru/h/tarle3/07.html>

² Манахова А.В. Британские корреспонденты на театре боевых действий в Русско-турецкую войну 1877-1878 гг. // Медиаальманах. 2014, № 2(61). - С.55.

³ Беглов С.И. Четвертая власть: британская модель. —Электронный ресурс. URL: // journal-port.ru/publ/33-1-0-198

ство использовал новейшие на тот или иной момент технологии, чтобы ускорить доставку информации с места ведения боя в столицы воюющих держав. Так, на место голубиной почты пришел электрический телеграф, изобретенный в 1832 году. Он активно использовался на театре боевых действий в Крымской кампании (1853-1855) и в Русско-турецкую войну (1877-1878).

Новые технологии позволили искать и новые подходы в подаче информации. Как отмечают исследователи, «далеко не всем известно, что Севастопольская оборона стала местом первого военного фоторепортажа»¹.

Его автором стал служащий английской фотографической компании и секретарь первого Лондонского фотографического общества, который в мае 1855 года отправился на фотосъемки Крымской войны под Севастополь. Как сообщают исследователи, «вскоре Рождер Фентон получил от английской королевы Виктории звание фотографа на Крымской войне, что обеспечило ему содействие со стороны военного командования. Фентон под Севастополем фотографировал только входившим тогда во всеобщее употребление способом «мокрого коллодиона». Это способ давал также высококачественное изображение, как и в дагерротипии»².

Как следует из утверждения американца Басса, «Крымская война 1853-1856 годов была первой крупной войной, освещавшейся профессиональными корреспондентами. Они сообщали о трагических промахах командиров, об ужасных условиях медицинской помощи на передовой. Сейчас мы помним только отдельные сюжеты войны: атаку лёгкой бригады, ставшей символом военных ошибок; Флоренс Найтингейл, организовавшую сестринскую медицинскую помощь»³.

Что касается России, то она не сразу стала понимать значимость формирования своего образа в глазах не только сограждан, но и европейцев. Это можно объяснить рядом причин, но главное – на данном историческом отрезке в информационном пространстве страны при наличии определенного числа газет, все-таки преобладала журнальная периодика. Это видно на примере Крымской войны. В качестве доказательства рассмотрим один из примеров, который приводит Г.Н. Кунцевская в книге «Благословенная Таврида. Крым глазами великих русских писателей». Она пишет: «Инициативная группа приняла решение издавать популярный военный журнал под названием «Военный листок». Потом

¹ *Блумфельд В.Б.* Первый военный фоторепортаж // Наше наследие. М. 1990 - С. 187.

² Там же.

³ *Галлимзянова Е.* Крымская война в западной истории: «последний крестовый поход» и опыт для современного конфликта. Электронный ресурс. URL.: <https://histrf.ru/biblioteka/book/krymskaia-voina-v-zapadnoi-istorii-posliednii-kriestovyi-pokhod-i-opyt-dlia-sovremiennogho-konflikta>.

он получил название «Солдатский вестник». Это издание должно было содействовать поднятию боевого духа в войсках и распространению военных и политических знаний среди солдат и офицеров»¹.

Но данная попытка не увенчалась успехом, несмотря на то, что возглавлявший эту группу Л.Н. Толстой, который воевал в Севастополе, подготовил первый пробный номер «Военного листка». В него вошли два его рассказа, посвященные военной службе, и статьи других офицеров штаба. Однако царем было принято решение, запрещающее его издание. В полученном авторами послании сообщалось: «Его величество, отдавая полную справедливость благонамеренной цели, с каковою предположено было издавать сказанный журнала, изволил признать неудобным разрешить издание оною, так как все статьи, касающиеся военных действий наших войск, предварительно помещенных оных в журналах и газетах, первоначально печатаются в газете «Русский инвалид» и из оной уже заимствуются в другие периодические издания»².

Подводя итоги, отметим, что образ России тех лет сегодня не устраивает западную общественность. Так, «если бы американские политики глубже знали историю, нынешняя вражда между США и Россией не была бы столь сильной», — пишет автор материала *The National Interest* Лайл Голдстейн, профессор стратегии мировых исследований в Ньюпорте³. Он утверждает, что «Крымская война проливает свет на исторические корни «амерофобии» в России и «руссофобии» в Америке, а также позволяет понять, почему Москва вряд ли отдаст Крым»⁴.

Без анализа прошлого, вряд ли может состояться будущее. У представителей разных стран сложилось свое, совершенно индивидуальное, навязанное прессой, восприятие каждого из названных военных конфликтов, в том числе и Крымской войны. Спросим британца о том, с чем ассоциируются у него события кампании на полуострове — он назовет атаку Легкой бригады под Балаклавой, при этом, очень возможно, даже процитирует что-либо из поэмы лорда Альфреда Теннисона, вспомнит «Тонкую красную линию» шотландской пехоты под Кадыкоем, упомянет Альму, обязательно — Севастополь. Француз, естественно, назовет Севастополь, Малахов курган, ту же Альму. Мы же, жители Севастополя, вспомним Дашу Севастопольскую, матроса Кошку, Колю Пищенко и выдающихся военных офицеров Корнилова, Истомина, Нахимова. Это тот образ России, который дает реальное представление о стране, в которой мы живем.

¹ Кунцевская Г.Н. Благословенная Таврида. Крым глазами великих русских писателей. — М., 2011. — С.137.

² Переписка Н.А. Некрасова в 2 т. М.: Худож. Лит., 1984. Т.2. - С. 28.

³ National Interest: корни российской «амерофобии» — в интервенции и Крымской войне. Электронный ресурс. URL: // <https://russian.rt.com/inotv/2018-01-15/National-Interest-korni-rossijskoj-amerofobii>

⁴ Там же.

Литература

- *Балакишина А.* Севастополь. Энциклопедический справочник. Ред.-сост. И.П. Апошанская. – Севастополь: Музей героической обороны и освобождения Севастополя, 2000. – С.269.
- *Блюмфельд В.Б.* Первый военный фоторепортаж // Наше наследие. М. 1990 - С. 187
- *Волкова И.В.* Антирусская агитация в западноевропейской прессе во время Крымской войны 1853-1856 гг. {Электронный ресурс} URL.: http://www.amgpgu.ru/upload/iblock/2c9/volkova_i_v_antirussskaya_agitatsiya_v_zapadnoevropeyskoy_presse_antiruo_vremya_krymskoy_voyny_1853_1856_g.html Волковский, Н. Л. Журналистика в информационных войнах (Исторические истоки и современные тенденции): автореферат на соискание ученой степени доктора исторических наук [Электронный ресурс] URL.: <http://www.dslib.net/zhurnalistika/zhurnalistika-v-informacionnyh-vojnah.html>
- *Волкогонов Д.А.* Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания. – М.: Воениздат, 1984. - С.11
- *Газенкамф М.А.* Мой дневник. 1877-1878 гг. СПб, 1908. С.4.
- *Додонов В.* Синопское сражение – битва славная или морской разбой? // {Электронный ресурс} - URL.: <http://www.korvet2.ru/sinopskoe-srazhenie.html>
- *Немирович-Данченко В.И.* Год войны: дневник русского корреспондента: в 3-х т. СПб, 1878. – С. 109. // URL.: <http://voprosik.net/informacionnye-voyny-protiv-rossii-v-istorii/>
- История информационной войны. Часть 1. // {Электронный ресурс} - URL.: <https://ababab-balalar.livejournal.com/97271.html>
- История информационной войны. Часть 2. // {Электронный ресурс} - URL.: <https://ababab-balalar.livejournal.com/98145.html>
- *Козлов С.* Крым... политый кровью русских солдат. // {Электронный ресурс} - URL: <http://union-press.ru/rubrics/otechestvo/moya-rossiya/648>
- *Манахова А.В.* Британские корреспонденты на театре боевых действий в Русско-турецкую войну 1877-1878 гг. // Медиаальманах. 2014, № 2(61). - С.54.
- *Рассторгуев С.П.* Философия информационной войны. – М., Вузовская книга, 2001. – С.17.
- *Тарле Е.В.* Крымская война: в 2-х т. М. —Л.: 1941 — 1944. Т. I, глава VII. Синопский бой и его ближайшие последствия // {Электронный ресурс} - Режим доступа: <http://militera.lib.ru/h/tarle3/07.html>

Цена слова

Гильдии лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам исполнилось 17 лет.

Более двух тысяч лет назад апостол Павел в своём «Послании к Ефесеянам» поучал христиан из язычников в древнем городе Эфес так: «Никакое гнилое слово да не исходит из уст ваших, а только доброе для назидания в вере, дабы оно доставляло благодать слушающим» (гл.4, стих 29) ...

Увы, но в России XXI века, да и в других странах слово слишком часто стало превращаться в инструмент нарушения закона, а порой даже в оружие серьёзных преступлений.

Та научно-методическая деятельность, которой успешно занимаются члены Гильдии лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам (ГЛЭДИС), может называться по-разному: судебные лингвистические экспертизы, или юрислингвистика, или лингвокриминалистика. Важно то, что эта непростая работа оказывает реальную помощь защите русского языка как части культуры, науки, политики, образования и информационной среды, помощь развитию гражданского общества и, разумеется, отправлению правосудия.

Члены ГЛЭДИС живут и трудятся в 30 областях, краях и республиках России: от Архангельска и Петрозаводска до Ставрополя и Майкопа, от Нижнего Новгорода и Саранска до Хабаровска и Владивостока. Штаб-квартира гильдии находится в Москве,

С момента основания, а эта экспертная организация была зарегистрирована Минюстом РФ 15 февраля 2001 года, руководит Гильдией лингвистов-экспертов один из её главных создателей – доктор филологических наук, профессор, академик РАН *Михаил Викторович Горбаневский*. Он считает, что полнокровная жизнь общества невозможна без точной, богатой, образной, живой и при этом юридически корректной и этически выверенной родной русской речи.

– Не страшно вам, филологам, выносить свой вердикт о результатах вашего анализа спорного текста статьи в газете или поста в Фейсбуке или в «Одноклассниках», по которому обвиняемый может получить наказание даже в виде исправительных работ или лишения свободы на несколько лет?

– Тут стоит помнить о том, что эксперт-лингвист – не судья. Право на вынесение решений ему законом не дано. Это прерогатива исключительно суда. Однако порой именно содействие экспертами-лингвистами принятию судами правосудных решений становится очень важным для широкого круга дел. От обвинений в экстремистской деятельности в уголовных делах – до гражданских исков о защите чести, достоинства

и деловой репутации. От судебных претензий к текстам рекламы до арбитражных споров о товарных знаках. Правда, увы, бывают случаи, когда суды или не учитывают мнение экспертов, ими же назначенных, или же вообще отказываются назначать лингвистические экспертизы спорных текстов: «Нам и так всё понятно!»

– Но вы же, насколько можно судить по разделу «Библиотека» веб-сайта ГЛЭДИС, помогаете судьям, адвокатам, следователям, журналистам своими изданиями – методическими пособиями, справочниками, антологиями?

– Именно так. И нас в этом поддержал ещё на раннем этапе нашей деятельности председатель Высшего Арбитражного суда РФ В.Ф. Яковлев (с 2005 г. советник президента Российской Федерации). Мы получили от Вениамина Фёдоровича в марте 2003 г. специальное письмо с энергичным одобрением программы ГЛЭДИС по пополнению библиотек российских судов методической литературой по вопросам назначения и проведения судебных лингвистических экспертиз.

Например, наша объёмная книга «Цена слова: Из практики лингвистических экспертиз текстов СМИ в судебных процессах по защите чести, достоинства и деловой репутации» выдержала четыре издания, при каждом переиздании она дополнялась новыми материалами-кейсами. А сборник «Методические рекомендации по вопросам лингвистической экспертизы спорных текстов СМИ» был создан в ГЛЭДИС в 2010 г. по инициативе тогдашнего деятельного руководителя Роскомнадзора С.К. Ситникова. Книга, говорят, давно стала настольной у многих российских государственных и независимых экспертов. Я этому рад. Поэтому мы разместили полный текст этого методического пособия у нас на сайте в разделе «Лингвокриминалистика» в свободном доступе – [http://www.rusexpert.ru/public/guild/lingvokriminalistika.pdf/](http://www.rusexpert.ru/public/guild/lingvokriminalistika.pdf) Абсолютно доступны и все другие материалы сайта, таков наш принцип.

– А были ли среди ваших исследований материалы по так называемым громким делам?

– Сама экспертная деятельность, в отличие от активной просветительской работы членов ГЛЭДИС в СМИ, лишена, слава Богу, флёра публичности. Перед входом в ГЛЭДИС учёными оставлены, разумеется, все политические симпатии, какие-либо чисто человеческие пристрастия и мнения. Выверенная научная методика, большой многолетний опыт, точность выводов и полная беспристрастность, – таковы главные характеристики работы экспертов ГЛЭДИС. Для нас каждое исследование бывает важным. Мы одинаково тщательно и объективно «препарируем», например, тексты интервью бывшего олигарха Бориса Березовского или стихотворения «Украинским патриотам» школьного учителя Александра Бывшева из орловского поселка Кромы. Оба обвинялись в экстремизме. Наши исследования (а работали целые комиссии экспертов ГЛЭДИС) не обнаружили в их текстах вербальных призна-

ков экстремистской деятельности и призывов... Проведение экспертизы спорного текста было нам назначено одним из московских судов и по громкому и резонансному спору «Сергей Кургинян против Александра Дугина». Не так давно гильдия работала с материалами одного из выпусков телепередачи НТВ «Железные леди», по которому бывший следователь по делу Магнитского Павел Карпов подал иск о защите чести и достоинства против телекомпании НТВ и депутата Госдумы Дмитрия Гудкова. Так что всякое у нас бывает на рабочем столе...

– В практике каждой профессии встречаются и смешные эпизоды, порой даже анекдотические. Случается ли подобное в работе экспертов-лингвистов?

– Случается, конечно. Чуть ли не до анекдота дело может доходить. Как произошло в 2008 году с тульским еженедельником «Слобода», в одном из рекламных модулей которого при перевёрстке из заголовка «Похудение без диет и без запретов» из первого слова выпала буква ...Д (*смеётся*). В таком виде газета и поступила читателям! УФАС по Тульской области оштрафовало газету на приличную сумму за нарушение ФЗ «О рекламе» на основании «сигнала» одной бдительной гражданки. Редакция обжаловала решение о штрафе в Арбитражном суде Тульской области, который назначил лингвистическую экспертизу пресловутого заголовка в ГЛЭДИС. Пересказывать не могу, а то за репост такого рассказа и вас могут наказать... Однако на сайте гильдии полный текст этого исследования есть (знание его методики полезно): можете полюбопытствовать: <http://www.rusexpert.ru/assets/files/expertizy/11.pdf>

– Вы постоянно соприкасаетесь с судебными и следственными делами, взаимодействуете и с адвокатами. В одной из книг ГЛЭДИС я увидела печальную статистику о существенном росте нарушений закона, происходящих с использованием слов, словосочетаний, опасных фраз. Каков ваш прогноз: процесс необратим?

– Это тема большого разговора и даже целой научно-практической конференции. Скажу лишь, что многие факты убеждают меня: несмотря ни на что здоровые силы в современном российском обществе отдают себе отчёт в том, что русский язык остаётся одной из немногих базовых и ещё не утраченных ценностей нашего Отечества, которые не разъединяют, а объединяют граждан нашего государства в их жизни и работе, в их надеждах и помыслах. Русский язык есть возможная основа солидарности в российском обществе.

Но многое, конечно, огорчает и настораживает. И истоки негативных тенденций следует искать не в самом языке, а в обществе. Вот что сказал 20 (!) лет назад мудрый Булат Шалвович Окуджава в интервью, данном одной из московских газет 5 апреля 1996 года: «Наше общество не знает, что такое свобода. Она знает только, что такое воля, – делай что хочешь. А свобода – это делай что хочешь, не мешая при этом окружающим, то есть в рамках закона. Мы же не знаем ни уважения к закону, ни уважения к личности. Пока

эти понятия не приживутся в нашей стране, никакой гений нас не спасёт!»!

– Михаил Викторович, вы порой даёте мастер-классы на факультетах и отделениях журналистики и филологии российских вузов. Каким наставлением вы любите завершать свои мастер-классы?

– Многое на мастер-классах зависит от аудитории, её состава, даже от специфики конкретного региона и города. Но после того, как студенты на наших интереснейших ролевых играх, разделившись на «обвиняемых журналистов», на «судей» и на «истцов» или «обвинителей» (в зависимости от того, какое судебное дело мы моделируем, гражданское или уголовное), вдоволь, до хрипоты, с азартом наиграются, им становится понятнее и ближе притча об Эзопе и языке, которую я иногда рассказываю именно в конце нашей встречи.

– А можно её сейчас от вас услышать?

– Охотно расскажу. Она достаточно известна, но вспоминают эту притчу нечасто. А дело, якобы, было так. Некий философ Ксанф, живший на греческом острове Самос, решил устроить угощение ученикам. Для этого послал своего раба Эзоп, которого мы сейчас знаем как великого баснописца, на рынок: «Купи нам всего лучшего, что есть на свете!» Пришли гости – Эзоп подает одни только языки: жареные, варёные, солёные. «Что это значит?» – «А разве язык не самое лучшее на свете? Языком люди договариваются, устанавливают законы, рассуждают о мудрых вещах, примиряются – ничего нет лучше языка!» Так отвечал Эзоп. – «Ну так для завтрашнего стола купи нам всего худшего, что есть на свете!» На следующий день Эзоп опять подаёт одни только языки: «Что это значит?» – «А разве язык не самое худшее на свете? Языком люди обманывают друг друга, начинают споры, раздоры, войну – ничего нет хуже языка!» Рассердился Ксанф, но придраться к Эзопу он не смог... Мудрая притча!

Интервью взяла Любовь Зборовская

Theory and Practice of Modern Mass Media

Cherniak A.V.

Journalism and Ideology (Article one)

Jean-Jacques Rousseau once said “Man is born free and everywhere he is in chains”. Today, we all struggle for freedom, but humans are still at best 10 percent independent even in the most democratic countries. The rest 90 percent are in the chains of moral principles, laws, society, and people talking... The heaviest chain is mass media that promote and form ideologies. The aims of the article are the investigation of the “ideology” concept, analysis of its origin and subject matter, as well as substantive aspects of some ideologies, and revealing the way they are related to the state. It also investigates the role of mass media in formation of ideology and its promotion to the masses.

Key words: *state, ideology, mass media, constitution.*

Kalmykov A.A.

Communicative Globalization: Development Stages of an Information Method

The article focuses on analyzing the development stages of an information method. In all, there are five stages. Common trends have been revealed in the process, in particular, the growing systemic complexity of the global communication space.

Key words: *communicative globalization, information method, hypertext, technological singularity.*

Gubanova M. I.

Journalism of Facts and Opinions: Consolidation or Confrontation?

This article considers current trends in journalism. The author analyzes how journalism of facts and journalism of opinions form the today's picture and how the approaches correlate in journalists' creative activities. Based on the analysis of the largest Russian weekly general-interest newspaper “Argumenty i Fakty” and the highest-rated TV shows on federal channels—“Studio One” on Channel One, the similar “60 Minutes” talk-show on Russia 1, and “The Meeting Place” on NTV, the author makes a conclusion on the systemic approach to determining the media content and its format. The focus is on the idea that the format has emergent properties resulting from the approach.

Key words: *journalism, mass media, information and communication sector, digitization, information flow.*

Bochkov S.I.

Journalism of Facts and Opinions: Consolidation or Confrontation?

The orientation of the modern global society on the intensification of communication technologies to enhance management, production, education and science has become the leading trend in the struggle for global leadership. The article examines the attainability of the aims stated in Okinawa Charter on Global Information Society and assesses the influence of the development of the Internet on Russian legislation. The article offers a classification of the notion 'information' based on the definitions given in various legal acts and proposes a model of human perception and creation of information. It also scrutinizes the humanitarian aspects of communication and the content of information.

Key words: *Okinawa Charter on Global Information Society, information, communication, telecommunications, ideologemes, information technologies, manipulation of consciousness.*

Mass Media and Society

Kazhberova V. V.

Public Health as a Problem and Subject of Interest to Mass Media: A New Item on Information Agenda

The article touches upon the problem of becoming in society understanding of public health as a social institute, value-based approach to the health of each person. The objective of the research is to show what role in this process should be played by social communication and, in particular, the mass media.

Key words: *Public health, global public health, human health, media, mass media, public conscience, informational cause.*

Golubeva A. A.

Media-2017

On the eve of 2018, the Colta.ru web resource published an article by a well-known journalist Anna Golubeva, which provides a sufficiently detailed overview of the changes in the country's information space in 2017. The article has a comprehensive historiographic background and is of academic interest to those who are interested in the current state of journalism, mass media, and journalists.

Key words: *media, trends, freedom of speech, foreign agent, social media.*

Media Education

Dugin E.Ya.

Augmented Reality of additional education

The author believes, that a problem of low quality products, in particular, television

Summary

channels, due to the decline in professional growth of journalists. Different approaches are analyzed in the article improving the quality of staff in the media industry. A forecast is given for development of information and communication technologies, and proposes a state approach to training and retraining of industry personnel in the Academy of Media Industry (the Institute for Advanced Studies Workers of television and broadcasting), the only institution of additional education in the industry.

Key words: *additional education, training, improving the quality of staff in the media industry, media, Virtual and Augmented Reality, digitalization.*

Kokhanova L. A., Chereshneva Yu. E.

“Dialogue of Journalist Generations” as a Format for Project-Based Learning (Revisiting the Teaching Methods in Journalism)

According to the article, the national journalism today is not only developing a digital journalism culture, but is also returning, though slowly yet, back to basics — the national journalistic traditions. Using the “Dialogue of Journalist Generations” as an example, the authors look into how the approach is implemented at the Journalism Faculty of M. V. Lomonosov Moscow State University. Based on the analysis of the project implementation, they conclude that the method of teaching journalism could have been used on a larger scale, thus providing a more ample space for a dialogue of different journalist generation.

Key words: *journalism, educating journalists, dialogue of journalist generations, principles of project-based learning.*

Sociology of Mass Communications

Svitich I.G, Zamotina N.N.

Family in the lens of the press (Content-analytical study of competitive materials)

This article analyzes the results of content analysis research publications, sent for the contest “family and the future of Russia, which holds a Fund of Andrey Pervozvannogo. A study carried out by the Faculty of journalism of the Lomonosov Moscow State University. 920 analyzed publications in several categories: themes and issues, subjects and objects of publications, value orientations, genre structure of the family.

Key words: *family, family values, family problems, themes, genres of publications on family.*

Yefanov A.A.

Infotrilling as a technology of the television news representation

In the article the concept of infotrilling as a dominant technology of the news representation

is conceptualized, which consists in the abuse of a bright, spectacular, “trash” video series. This technology allows you to sharply, “stressfully” attract the attention of the audience, to form a steady interest in content, provoking the affective reactions of individuals and thus causing the process of media manipulation. Of all audiovisual media, infotrilling is the most characteristic of television, because, unlike the Internet, television products, thereby immersing in the “imposed” world of “frightening” images, unexpected actions and dangerous events.

Key words: *infotrilling, infotainment, television, news, information programs.*

History of Journalism

Melnikov V. A.

How Foreign Mass Media Built an Image of Russia During the XIXth-Century Military Campaigns: the Origin of Confrontation

The article analyzes media wars, waged even at peacetime, and the mechanism of instigating military conflicts through them. The author mentions such key events as the Napoleonic Wars, the Great Crimean War (1853-1856), as well as the Russo-Turkish War in the Balkans (1877-1878). The European newspapers covered the war events from the perspective of the English, the French, the Austrians, the Swedes, and other countries that participated in the wars. The majority of publications were anti-Russian in their mood. They blamed Russia for the wars (e.g., a strong and aggressive state attacked the feeble Turkey), underrating the accomplishments of the Russian Army in various ways. Today, it is also a common practice.

Key words: *press media war, confrontation, battleground, the Napoleonic Wars, military journalism, military correspondent, Russia’s image in foreign mass media*

Practice

The Price of a Word. An interview with M. V. Gorbanevsky

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 .28.03.2018
Формат 70x108/16
печатных листов
Тираж 500 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 >