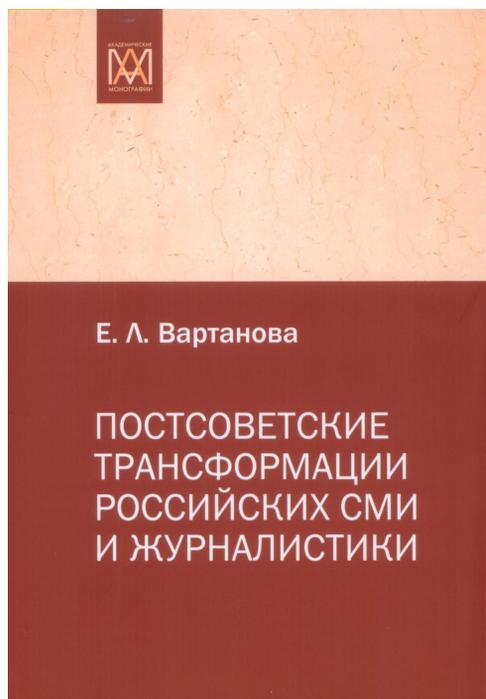


Что происходит с российскими СМИ: инвентаризация теоретических моделей

Рецензия на монографию Е.Л. Вартановой
«Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики»
(М.: МедиаМир, 2013.)

Борис Лозовский



В книге приведен глубокий анализ значительных трансформаций, произошедших в области российских средств массовой информации и журналистики за последние 20 лет. Задача не простая, поскольку требует осмысления многочисленных факторов, обусловивших мощные изменения в профессиональном сознании и практиках. В первую очередь автор предпринимает попытку инвентаризации теоретических моделей анализа реальной действительности в области масс-медиа. Необходимость обновления концепций, по мнению Е.Л. Вартановой, вызвана прежде всего цифровой революцией, глобализацией экономики, универсальной динамикой развития современного общества.

Приступая к исследованию российской медиасистемы, автор указывает на ряд обстоятельств, которые необходимо учитывать при оценке ее современного состояния. Несмотря на безусловное влияние глобальных факторов на развитие национальных медиасистем, в результате чего СМИ превратились в важнейший инструмент экономики потребления, Е.Л. Вартанова ставит вопрос о границах применения западных методик и концептуальных подходов. Признавая валидность критериев анализа медиасистем Д. Халлина

Лозовский Борис Николаевич – профессор, декан факультета журналистики Уральского государственного университета им. А.М. Горького, boris.lozovsky@usu.ru

и П. Манчини, а также Д. Каррена и Д. Ситона о национальной культуре, автор говорит о необходимости учитывать еще одну важную переменную при исследовании – «свод неформальных правил и норм», отличающих политическую и культурную жизнь России от Запада. И показывает, как эти «неформальности» влияют на поведение журналистов и контент.

Во второй главе автор касается периодизации российских СМИ, анализируя «модельный подход» Я. Засурского, «структурный» Р. Овсепяна, «отраслевой» В. Иваницкого и др. Вывод о том, что в России произошло превращение средств массовой информации из социально-политического института в ключевой сегмент индустрии свободного времени, заставляет переосмыслить многие прежние подходы и практики журналистики и масс-медиа. Здесь же подробно описывается история возникновения рунета и его влияния на газеты, журналы, телевидение и радио. Увязывая российскую модель СМИ с контекстом мировой практики, автор утверждает, что российским вариантом стала «модель поляризованного плюрализма» в виде «государственно-коммерциализированного» варианта. Нет оснований не согласиться с таким выводом.

В третьей главе, где описываются факторы трансформации российских СМИ в качестве особенности именно отечественной медийной отрасли, Е.Л. Вартанова отмечает так называемый «парадокс разнообразия». Его характеристика – в сближении контент-стратегий многочисленных конкурентов на рынке СМИ, что приводит к банальному утверждению: «каналов много, а смотреть нечего». К этому дополняется стремление к инфотейменту, глянцу, рейтинговым материалам. В данной ситуации ответственность перед аудиторией, по мысли автора, отходит на второй план, т.к. медиаменеджеры озабочены прежде всего ответственностью перед собственником,

инвестором, издателем, рекламодателем, «заказчиком» и представителями элит.

В четвертой главе анализируется медиаполитика как таковая, в том числе и в российских реалиях. Оценивая «северную» и «средиземноморскую» модели медиаполитики, отличающиеся тем не менее от российской, Е.Л. Вартанова предлагает вниманию научному сообществу описание «евразийской» модели медиаполитики. Характерными особенностями последней выступают: твердая вера в регулируемую роль государства (или его институтов); борьба конфликтующих мультиэтнических, мультиконфессиональных и мультикультурных интересов с авторитарными традициями. При этом автор говорит о существовании на постсоветском пространстве нескольких вариантов «евразийской» модели: «государственно-коммерческой» (Россия, Украина); «патерналистской» (Казахстан, Узбекистан, Белоруссия); «догоняющей» (Молдавия, страны Закавказья).

Будучи деканом ведущего факультета журналистики страны, Е.Л. Вартанова не могла обойти вниманием и журналистское образование, поставив ряд важных вопросов. Должна ли журналистика служить общественному интересу или она призвана встраиваться в индустрию развлечений? Какова роль рекламодателей в создании конечного продукта медиаиндустрии – содержания? В какой степени журналисты должны ориентироваться на запросы массовой аудитории? Или их цель – удовлетворять экономические и политические интересы владельцев? И, конечно, вечный вопрос для российских журналистов: должна ли журналистика, как и прежде, обслуживать власть, служить государству, продвигая доминирующую идеологию?

Автор вполне справедливо считает, что у журналистского образования, как и у самой профессии, большие перспективы. Связываются они с увеличивающейся потребностью общества в профессиона-

лах социальной коммуникации, необходимостью поддерживать общественную сферу, а также с желанием аудитории получать точную, непредвзятую и сбалансированную информацию. Е.Л. Вартанова называет российскую модель журналистского образования «литературоцентричной», традиционно направленной на создание текстов. Однако реалии рыночной экономики и цифровой революции в СМИ требуют от журналистов новых знаний, навыков и компетенций. Так заканчивается новый научный труд Елены Леонидовны Вартановой, который следует считать существенным теоретическим вкладом в осмысление трансформационных процессов в медиасистемах страны.

Книга будет полезной для освоения ряда профессиональных дисциплин, предусмот-

ренных ГОС по направлению «Журналистика», а именно: «История журналистики», «Актуальные проблемы современности и журналистика», «Введение в специальность», «Основы теории журналистики» и других, а также для получения общенаучных и профессиональных компетенций, предусмотренных ФГОС.

Подробный обзор и критический анализ западных и отечественных теоретических концепций, интерпретация их применительно к российской медиареальности, предложенные модели медиасистем и медиаполитики, а также модернизированные автором периодизация и типологизация СМИ открывают новые возможности и перспективы для дальнейших научных исследований процессов трансформации масс-медиа.