

Иосиф Михайлович Дзялошинский,

профессор ГУ ВШЭ

imd2000@yandex.ru

СМИ И ОБЩЕСТВЕННЫЕ ИНСТИТУТЫ: ПЕРСПЕКТИВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

В статье рассматривается проблема взаимодействия между СМИ и другими общественными институтами. Автор исследует это взаимодействие, опираясь на концепцию институциональных матриц, и выдвигает гипотезу, согласно которой в условиях характерного для сегодняшней России столкновения институциональных матриц, СМИ формируют несколько моделей профессионального поведения журналистов.

Ключевые слова: «институциональные матрицы», «журналистика влияния», «журналистика соучастия», «журналистика медиабизнеса», «инновационная журналистика», «журналистика развития», «гражданская журналистика», «социальная журналистика», «коммунитарная журналистика», «партиципаторная журналистика».

Дискуссия о том, что происходит с российскими СМИ и в каком направлении развивается отечественная журналистика, идет практически с самого начала перестройки и участвуют в ней и журналисты, и представители аудиторных групп, и ученые. Суть дискуссии заключается в поиске ответов на вопросы: почему СМИ стали некачественными, бульварными, желтыми, а журналистика - продажной, некомпетентной, сервильной; почему никак не удается добиться того, чтобы пресса была свободной, честной и объективной.

Ответы предлагаются самые разные: от тлетворного влияния Запада и жидомасонского заговора до железной руки Кремля. Тональность предъявляемых умозаключений также различна: от сдержанности и уравновешенности научных высказываний до апокалиптической эмоциональности публицистической медиакритики.

Казалось бы, участие в этой «изыскательской» деятельности ученых мужей должно привести к искомому результату. И действительно,

осуществлены многочисленные научные исследования, посвященные анализу СМИ и журналистики, в рамках которых ученые пытаются выявить закономерности и тенденции медиа-процессов. При этом исследовательское пространство масс-медиа достаточно полно охватывается тремя основными комплексами:

- * социоцентрированные исследования, рассматривающие СМИ в качестве специфической социальной машины, реализующей некий набор функций (по поводу состава и наполнения которых идут постоянные споры);
- * медиацентрированные работы, анализирующие организационные аспекты деятельности медиапредприятий;
- * антропоцентрированные публикации, в которых на первый план выдвигаются проблемы творчества журналиста и поведения аудитории.

Таким образом, очевидно, что предпринимались достаточно серьезные попытки получить ответы на сформулированные выше вопросы, однако столь же очевидно и то, что практически 20 лет дискуссий не привели к желаемому результату. Так почему же до сих пор эти действительно важные вопросы остаются открытыми?

Анализу этой проблемы и посвящена данная статья.

СМИ как общественный институт

Помнится, когда в 1979 году, будучи молодым ученым, я выступал на какой-то научной конференции и доказывал, что деятельность журналиста определяется системой норм и правил, декан факультета журналистики Киевского университета Д.М. Прилюк встал и грозно сказал, что я неправ, потому что журналистика - творческая профессия и здесь не может быть никаких правил.

Сейчас идея о том, что СМИ - это институт массовой коммуникации, действующий по определенным правилам, стала общим местом. Уже не надо доказывать, что массовая коммуникация как система, обеспечивающая оперативное производство и массовое распространение смысловых конструкторов, ядром которых являются способы жизнедеятельности в изменяющихся условиях, порождает (используя, разумеется, уже имеющиеся в обществе элементы) совокупность общественных институтов и видов деятельности, обеспечивающих ее функционирование и развитие.

Одним из таких институтов являются средства массовой информации, а одним из видов деятельности, обеспечивающим функционирование этого института, является журналистика. СМИ как социальный институт, задают журналистике нормативные установки, правила профессионального поведения, которые устанавливаются на основе определенных принципов и носят характер закона, а также реализуют стимулирующую, а иногда принудительную функции (через запреты, разрешения, обязательства и пр.).

Как и любой общественный институт, СМИ возникают в ответ на общественную потребность в объективном процессе разделения труда, а в более общем плане – в процессе дифференциации человеческой чувственно-предметной деятельности и общественных отношений. Потребности и условия их удовлетворения формируют соответствующие интересы и целевые установки, которые и выступают уже непосредственными детерминантами генезиса становления и развития общественных институтов. Поэтому одна из специфических особенностей возникновения последних состоит в том, что они есть результат совместной целенаправленной деятельности группы людей, реализации их целевых установок. Институционализация деятельности предполагает известную стандартизацию этих установок, закрепление в определенных формах и создание условий для их воспроизводства.

Это означает, что СМИ в целом представляют собой не просто совокупность организаций и коллективов, исполняющих добровольно взятые

на себя определенные обязанности. Это довольно жесткая система правил, норм, общественных ожиданий, в соответствии с которыми должны исполняться эти обязанности¹. Эти правила, нормы, ожидания объективируются в виде определенного статуса людей, обеспечивающих функционирование системы массовой информации, а также в виде ролей, исполнение которых возлагается (а иногда навязывается) на людей, ассоциирующихся с данным институтом².

В этом смысле СМИ, как и любой общественный институт, предстает в качестве элемента общественного целого, от которого другие элементы ожидают вполне определенного поведения, то есть реализации вполне определенных функций. Но так же, как поведение отдельного индивида может быть девиантным (отклоняющимся) в положительном или отрицательном смысле, так и функционирование того или иного социального института может совпадать с социальным заказом и ожиданиями других социальных институтов, а может и не совпадать. Уклонение от выполнения возложенных на него функций (или несогласованные отклонения) грозит данному общественному институту (а конкретно – представляющим его индивидам) различными санкциями.

Однако пришло время, оттолкнувшись от понимания того, что СМИ – это общественный институт, двигаться дальше.

Что такое «общественные (социальные) институты и каковы различия между институтами и организациями

¹ «Журналисты должны...». «Журналисты не должны...». Президент, Премьер-министр, спикеры обеих палат, министры, олигархи - далее по списку до последнего алкоголика - знают, что журналисты должны делать и чего они делать не должны. И горе журналисту, мнение которого о своих обязанностях не совпадает с общественными ожиданиями.

² Понятие «роль» (как правило, с определением «социальная») традиционно закреплено за индивидом и используется для обозначения совокупности норм, определяющих поведение действующих в социальной системе лиц в зависимости от их статуса или позиции, и самого поведения, реализующего эти нормы. Однако, на мой взгляд, богатые эвристические потенции этого понятия дают возможность использовать его и для обозначения определенного аспекта функционирования различных субъектов социальной деятельности (организаций, учреждений – разнообразных подсистем общества, обладающих статусом, позицией в системе социальных взаимодействий).

Для начала надо разобраться в терминологии. На сегодняшний день понятие «общественный институт»³ имеет два разных толкования. Согласно одному из них, этим понятием обозначаются относительно устойчивые типы и формы социальной практики, посредством которых организуется общественная жизнь, обеспечивается устойчивость связей и отношений в рамках социальной организации общества. Эти практики определяются, во-первых, набором специфических социальных норм и предписаний, регулирующих соответствующие типы поведения; во-вторых, интеграцией в социально-политическую, идеологическую и ценностную структуры общества, что позволяет узаконить формально-правовую основу деятельности того или иного института, осуществлять социальный контроль над институциональными типами действий; в-третьих, наличием материальных средств и условий, обеспечивающих успешное выполнение нормативных предписаний и осуществление социального контроля⁴.

Согласно другому толкованию, приведенному в той же Российской социологической энциклопедии, социальный институт – это совокупность лиц, учреждений, снабженных определенными материальными средствами и осуществляющих конкретную общественную функцию⁵.

Примерно так же определяет эти понятия популярная Википедия: «Общественный институт — это постоянно повторяющиеся и воспроизводящиеся отношения людей. Например, институт брака, институт семьи, институты государственного администрирования. Общественные отношения - это многообразные связи между группами, классами, нациями в процессе социальной, экономической, политической и духовной деятельности. Эти связи должны быть устойчиво повторяющимися,

³ В социологической литературе чаще используется понятие «социальный институт».

⁴ См.: Российская социологическая энциклопедия. - М., 1998. С. 157.

⁵ Там же. См.: также статью Д. Гавры «Социальные институты» // <http://www.xserver.ru/user/sozin/>.

безличными (формальными), затрагивающими важные стороны жизни». «Общественный институт - это устойчивая совокупность людей, групп, учреждений, деятельность которых направлена на выполнение конкретных общественных функций; строится эта деятельность на основе определенных норм, правил. Примеры: семья, государство, учреждения образования, здравоохранения»⁶.

В известной книге Дугласа Норта «Институты, институциональные изменения и функционирование экономики» утверждается, что «институты структурируют повседневную жизнь. Они организуют взаимоотношения между людьми, так что когда мы хотим поздороваться с друзьями на улице, поехать на автомобиле, купить апельсины, занять деньги, организовать свой бизнес, похоронить близких и совершить любые другие действия, с которыми сталкиваемся в обычной жизни, мы знаем (или можем легко научиться), как это сделать. Нетрудно заметить различия в институтах, если бы мы попытались совершить подобные же действия с участием других людей в другой стране — например, в Бангладеш. Говоря профессиональным языком экономистов, институты определяют и ограничивают набор альтернатив, которые имеются у каждого человека»⁷.

С этой, разделяемой и мной точки зрения, институты – это правила; а люди, организации, ведомства, правительства – это игроки, играющие по этим правилам⁸.

Применительно к анализируемой проблеме можно сказать, что **масс-медиа – это общественный институт, задающий ограничительные рамки для процессов создания и распространения массовой информации, а**

⁶ См.: Википедия (<http://ru.wikipedia.org/>). Статья «Общественные институты».

⁷ Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. – М.: Фонд экономической книги «НАЧАЛА», 1997.

⁸ Правила призваны определять то, как ведется игра. Но цель команды, которая действует по этим правилам, — выиграть игру, сочетая умение, стратегию и взаимодействие игроков, пользуясь честными (а иногда и нечестными) приемами. Моделирование стратегий и навыков, складывающихся по мере развития команды, — это совсем другой процесс, нежели моделирование создания и развития правил и последствий их применения.

СМИ – это совокупность организаций (редакций и иных медиапредприятий), действующих в этих рамках.

Такой подход позволяет представить общество как систему устойчивых самоорганизующихся и самовоспроизводящихся общественных институтов, которые регулируют экономические, политические идеологические и иные отношения.

Какие институты бывают?

Типология социальных институтов совпадает с типологией сфер общественной жизни, в рамках которых действуют люди и организации. По мнению С. Кирдиной, основными «проекциями» общественного целого, сферами общественной жизни являются экономика, политика и идеология. Экономика отражает сторону социальных отношений, связанных с переработкой природных и иных ресурсов для получения продукта, удовлетворяющего потребности людей. Политика характеризует способы организации совместной деятельности для достижения целей выживания и развития общества. Идеология отражает основные цели развития общества и тем самым легитимизирует экономические и политические способы их достижения⁹.

В политологической литературе доминирует представление, согласно которому выделяются следующие сферы общественных отношений (и, соответственно, типы социальных институтов):

- 1) **экономическая** - отношения в процессе материального производства, распределения и потребления материальных благ;
- 2) **социальная** – отношения между различными социальными и возрастными группами; деятельность по обеспечению здоровья, образования, социальных гарантий, жизненного комфорта;

⁹ Кирдина С. Институциональные матрицы и развитие России. // <http://kirdina.ru/doc/31oct06/1.ppt>.

- 3) **политическая** – отношения между гражданским обществом и государством, между государством и политическими партиями;
- 4) **духовная** (иногда ее называют «идеологическая») – отношения, возникающие в процессе создания духовных ценностей, их сохранения, распространения, потребления.

Думается, есть основания для объединения этих типологий¹⁰. Кроме того, на мой взгляд, назрела необходимость включить в число социальных отношений, регулируемых специальными институтами, **сферу коммуникации**¹¹.

С. Кирдина предложила еще один важный критерий для классификации общественных институтов. По ее мнению, все институты, регулирующие действия людей и организаций, делятся на **базовые** и **комплементарные**.

Базовые институты – исторически устойчивые социальные отношения, складывающиеся в ходе взаимодействия социальных групп, позволяющие им совместно выживать и развиваться в данных условиях. Как пишет Кирдина, «в кибернетике доказано, что наиболее экономичным способом воспроизводства живых систем (социальные системы относятся именно к таким) является воспроизводство инструкций, или правил взаимодействия между элементами. В социальных системах такими основополагающими правилами являются базовые институты. Становление, воспроизводство и взаимодействие базовых институтов, получают таким образом

¹⁰ Идеологическая проекция вполне совместима с духовной, поскольку идеология является сердцевиной любой духовной сферы. Что касается социальной сферы, то ее выпадение из предложенной С. Кирдиной классификации можно считать неизбежным для любого исследователя упрощением исследуемого предмета.

¹¹ В настоящее время исследователи включают массовую коммуникацию то в экономическую сферу, превратив ее в разновидность бизнеса, то в политическую сферу, «растворив» ее в институтах политической борьбы, то в социальную, а иногда и в культурную сферу. Однако опыт показывает, что массовая коммуникация категорически не укладывается без остатка ни в одну из этих сфер, что еще раз подтверждает сформулированный выше тезис о принципиальной самостоятельности инфо-коммуникационной сферы и главного института этой сферы - СМИ.

дополнительное обоснование с точки зрения общих законов развития сложных систем»¹².

Комплементарные институты носят вспомогательный, дополнительный характер, обеспечивая устойчивость институциональной среды в той или иной сфере общества. Как в генетике доминантный ген, «подавляя» рецессивный, задает проявляющиеся признаки живого организма, так и базовые институты определяют характер складывающейся в обществе институциональной среды, задают рамки и ограничения для действия дополнительных, вспомогательных институтов. Комплементарные институты, дополняющие действие базовых институтов, также обеспечивают необходимую целостность экономических, политических и идеологических структур в обществе, поддерживают непрерывность их функционирования.

Недостаточность комплементарных институтов ведет к кризису или застою, избыток – к социальной напряженности и революциям¹³.

На мой взгляд, целесообразно ввести третий критерий, позволяющий классифицировать различные институты **по степени формализованности норм и правил**, составляющих «тело» института, его суть. С этой точки зрения можно выделить:

- * формальные институты (Конституция, законы);
- * формализованные институты (кодексы, ритуалы);
- * неформализованные институты (традиции).

Как институты взаимодействуют друг с другом?

Огромное количество работ, посвященных различным общественным институтам, - науке, юстиции, семье и т.д. - исходят из предположения, что каждый институт – это относительно самостоятельная система,

¹² Кирдина С. Россия как самоорганизующееся общество. // [http: kirdina.ru/doc/mxat/special.ppt](http://kirdina.ru/doc/mxat/special.ppt).

¹³ Кирдина С. Россия как самоорганизующееся общество. // [http: kirdina.ru/doc/mxat/special.ppt](http://kirdina.ru/doc/mxat/special.ppt).

развивающаяся по собственной логике и взаимодействующая с другими институтами как устойчивая целостность¹⁴.

Также предполагается, что каждый институт развивается, исходя из общественных требований к нему и некой внутренней логики. Отсюда множество различных концепций, программ и политик. Существуют Концепция демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года, Концепция развития рынка информационных технологий в Российской Федерации, Концепция развития здравоохранения, Концепция содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества в Российской Федерации и десятки других аналогичных документов.

При этом большинство специалистов, занимающихся подготовкой таких документов, исходят из представления о том, что развитие общественных институтов - процесс управляемый и задача управленцев – подобрать необходимые ресурсы и найти действенные рычаги.

Новизна предложенной С. Кирдиной концепции заключается в том, что она предположила, что системы базовых экономических, политических, идеологических и иных институтов образуют **институциональные матрицы**. «Институциональная матрица – своеобразный генотип общества - складывается в момент образования государств и на протяжении их развития сохраняет свою природу»¹⁵. Эти матрицы представляют собой совокупность знаний, ценностей, норм, обеспечивающих приспособление человека к окружающей среде или преобразование индивидом этой среды в соответствии со своими нуждами, целями и представлениями. Они отражают

¹⁴ Вот примечательная цитата: «Самостоятельное значение приобретают глобальные тенденции в изменении института семьи, которые привлекают все большее внимание ученых. Глобальный характер семейных трансформаций обостряется в России, накладываясь на негативную экономическую ситуацию. Невыполнение семьей социальных функций: репродуктивной функции и функции социализации привело в России к депопуляции населения и ухудшению воспитания подрастающего поколения, следствием чего явился беспрецедентный рост детской и подростковой преступности, алкоголизма и наркомании. В сложившейся ситуации необходимо научное осмысление тенденций социальных процессов и принятие государством на научной основе конкретных мер, способствующих укреплению семьи». (Носкова А. Эволюция социального института семьи в России в IX-XVII веках: Историко-социологический анализ. // Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук. – М., 2001. С. 3.

¹⁵ Кирдина С. Институциональные матрицы и развитие России. // <http://kirdina.ru/doc/31oct06/1.ppt>.

ту действительность, в которой ранее жили этносы и социальные группы и к которым они ранее достаточно эффективно приспосабливались¹⁶.

Так понимаемые институциональные матрицы всегда привязаны к определенному социальному или географическому ареалу, то есть имеет свое пространство, в рамках которого действуют определенные императивы. Другими словами, речь идет о некой реальной или виртуальной территории, население которой признает власть определенной матрицы.

По мнению С. Кирдиной, человечество знает две базовые матрицы, которые во многом определяют образ жизни и социальной деятельности людей: X-матрица и Y-матрица. Каждая из этих матриц опирается на специфические именно для нее экономические, политические и идеологические институты. В интерпретации Кирдиной, с которой в данном вопросе трудно спорить, это выглядит следующим образом¹⁷:

<i>X-матрица</i>	<i>Y- матрица</i>
Экономические институты	
Верховная условная собственность	Частная собственность
Редистрибуция (аккумуляция-согласование-распределение)	Обмен (купля-продажа)
Кооперация	Конкуренция
Служебный труд	Наемный труд
Снижение издержек (X-эффективность)	Возрастание прибыли (Y-эффективность)
Политические институты	
Административное деление	Федерация
Иерархическая вертикаль во главе с центром	Самоуправление и субсидиарность
Назначения	Выборы
Общее собрание и единогласие	Многopартийность и демократическое большинство
Обращения по инстанциям	Судебные иски
Идеологические институты	

¹⁶ В каком-то смысле так трактуемое понятие «институт» перекликается с понятием «культура», которое активно используется в российском общественном сознании. Любая культура представляет собой совокупность программ, которые обеспечивают выживание и развитие общности, группы и индивида. Любая культура возникает как ответ на запросы человека, стремящегося максимально эффективно существовать и развиваться в заданных условиях.

¹⁷ Кирдина С. Институциональные матрицы и развитие России. // <http://kirdina.ru/doc/31oct06/1.ppt>.

Коллективизм	Индивидуализм
Эгалитаризм	Стратификация
Порядок	Свобода

Идеальные типы Х- и Y-матриц позволяют однозначно различать феноменологические объекты, обладающие или не обладающие соответствующими качествами. Другими словами, представляется возможным судить о том, институты какого типа матрицы доминируют в том или ином конкретном обществе. Так, в России, большинстве стран Юго-Восточной Азии и Латинской Америки доминируют институты Х-матрицы, в то время как в США и странах Европы – институты Y-матрицы. При этом институты другой матрицы являются комплементарными (дополнительными). Комплементарными являются институты, действующие одновременно с базовыми институтами для выполнения аналогичных функций, то есть институты Х-матрицы, действующие в обществах с доминированием Y-матрицы, и наоборот. Комплементарные институты всегда имеют менее распространенный характер, их действие опосредовано рамками базовых институтов, выражающих природу свойственной обществу институциональной матрицы.

Основной фактор доминирования – характеристики материально-технологической среды¹⁸.

Необходимость и возможность трансформации институциональных матриц

¹⁸ **Коммунальная материально-технологическая среда** характеризуется внутренней неразрывностью и взаимосвязанностью основных элементов. Совокупность образующих ее материальных объектов, в силу технологического единства, образует нерасчленимую систему, части которой не могут быть обособлены без угрозы ее распада. В ней доминируют институты **Х-матрицы**. **Некоммунальная материально-технологическая среда** характеризуется потенциальной автономностью своих составных частей. Образующие ее объекты технологически разобщены, могут быть обособлены и функционировать самостоятельно, что предполагает возможность их частного использования. В ней доминируют институты **Y-матрицы**.

Очевидно, что степень доминирования, равно как и степень комплементарности, может быть различной. Помимо базовых вариантов безусловного доминирования либо X-матрицы, либо Y-матрицы, существуют различные промежуточные варианты. Это позволяет предположить возможность движения по некоторой шкале. А значит, более или менее безболезненные эволюционные изменения¹⁹. В России на протяжении многих лет разрабатывались различные варианты взаимодействия X-матрицы и Y-матрицы. Все они могут быть сведены в три базовых модели, которые, в той или иной форме, воспроизводятся в работах современных исследователей.

Консервативно-элитаристская модель. К этой модели можно отнести наследие К. Леонтьева, евразийцев (П. Савитский, Л. Карсавин, Н. Алексеев и др.), неоевразийцев и отечественных теоретиков «Консервативной Революции» (А. Дугин и др.).

В основе данной модели лежит парадигма обновленного идеократизма и византизма. Гражданственность трактуется как народность, единая народная воля, а европейский либерализм, демократизм и плюрализм – как враждебная, греховная политическая среда, разъедающая евразийско-византийский корень российского общества.

Либерально-консервативная модель. Эта модель распадается на две основные ветви: либеральный консерватизм (Б. Чичерин, П. Струве) и новый либерализм (П. Новгородцев, С. Котляревский, С. Гессен, Б. Кистяковский).

Либерально-консервативная модель гражданского общества связывает свободу и права личности с началами нации и культуры, политическую свободу – с духовно-культурной свободой, расширяя традиционные представления о либерализме.

Вопрос об участии народа в законодательной деятельности и управлении государством, реформировании политической и финансово-экономической системы рассматривается в контексте культурного

¹⁹ Революцией называется ситуация, предполагающая полную смену базовой матрицы.

освобождения личности и открытого общества. Данный подход предполагает союз сторонников «идеального самодержавия» с либеральными и демократическими общественными силами на принципах толерантности и господства правового порядка.

Революционно-радикальная модель. В ее недрах конструируются модели гражданского общества, характерные для духовно-политических укладов революционных демократов, революционного народничества, русского анархизма, русского марксизма (социал-демократы всех оттенков и большевики).

Якобинская линия в большевизме в конце XX века получила своеобразное продолжение в радикализме двух типов – национал-большевизме и либерал-радикализме. Данные направления, хотя и базируются на различных ценностных и программно-политических основаниях, по существу, нацелены на сужение «коридора» самодеятельности гражданского общества либо посредством «прямого» воздействия на него со стороны идеократических сил, либо рыночно-экономических рычагов, либо масмедиа-технологий.

Наряду с этими моделями, имеющими солидную историю, в последние годы разрабатывались амбициозные проекты преобразования России. Если обобщить множество всевозможных идей, то речь идет о трех основных проектах: вестернизационном, модернизационном, и фундаменталистском.

Вестернизационный проект связан с уверенностью в неотвратимости построения универсального мирового сообщества, основывающегося на принципах демократии и либерализма, научного и культурного прогресса, повсеместного распространения модели индустриальной или постиндустриальной экономики.

В предложенных С. Кирдиной терминах речь идет о переходе от доминирования X-матрицы к доминированию Y-матрицы, то есть полному обновлению базовых моделей жизнедеятельности. Такой переход возможен только в том случае, если государство и общество предпримут специальные

усилия для того, чтобы реально обеспечить необходимые условия для таких преобразований:

- * минимальный стандарт благосостояния;
- * свобода творчества;
- * свобода предпринимательства;
- * добросовестная конкуренция;
- * высокий уровень образования;
- * развитие науки;
- * индустрия инноваций;
- * значимость социального капитала, доверия²⁰.

Модернизационный проект. Сторонники модернизационного проекта считают, что «западный проект мироустройства» сталкивается в России с неразрешимыми трудностями и должен быть заменен схожим по форме, но альтернативным по сути процессом модернизации. Модернизация представляет собой особую форму приспособления традиционных обществ к вызовам глобализирующейся цивилизации. Суть модернизации заключается в стремлении сохранить культурные корни и соединить их с элементами современной западной цивилизации. Так, например, усвоение некоторых рыночных параметров организации экономической жизни совмещается с искренней уверенностью в уникальности российской культуры, построенной на принципиально нерыночных основаниях. Нежелание идти на политическое объединение планеты совмещается со стремлением к хозяйственной унификации и т.д., и т.п.

Фундаменталистский (консервативный, православно-общинный) проект ориентируется на принципиальный отказ от ценностей западного мира, опирается на идеи «возврата к истокам», «припадания к глубинным основам народной мудрости», «защиты национальной культуры» и т.д.

²⁰ См.: Ясин Е.Г. Модернизация и общество. / В кн.: Модернизация экономики и общественное развитие. - М.: ГУ-ВШЭ, 2007. С. 34.

Исходные принципы фундаменталистского проекта могут быть сформулированы следующим образом:

- * общество понимается как сфера приложения воли Божьей в греховном несовершенном мире, а не как самодостаточное воплощение человеческих желаний;
- * групповые, а тем более социальные интересы первичны по отношению к индивидуальным;
- * государство в данной ценностной системе есть универсальная организация, способная обеспечить эффективное развитие общества и поддерживающая благотворную традицию;
- * новшества, тем более целенаправленные, осознанные реформы, воспринимаются как нежелательное явление;
- * реформы допустимы только в русле цивилизационных ценностей страны.

За последние 20 лет в России с разной степенью успешности были предприняты попытки освоить все три проекта. Первоначальное желание определенного количества россиян, ориентированных на вестернизацию, участвовать в реализации этого исторического проекта, натолкнулось на отчаянное сопротивление элит и массовое нежелание встраивать вестернизационный сценарий в российскую действительность. Поэтому можно констатировать, что этот проект провалился и страна вытолкнула на поверхность те силы, которые вовремя ухватились за маятник, со все возрастающей скоростьюдвигающийся от вестернизационного проекта через модернизационный к фундаменталистско-архаическому.

Таким образом, сегодня мы имеем некий гибрид, а точнее, микст из модернизационного и фундаменталистского проектов. Не случайно в качестве основ дальнейших реформ сегодня избраны традиционные для России ориентиры: патриотизм, державность, социальная солидарность. Главной задачей считается не создание условий, благоприятствующих становлению в стане полнокровного гражданского общества,

уравновешивающего и контролирующего власть, а повышение эффективности исполнительной власти, несмотря на то, что главная опасность для прав и свобод человека, демократии в целом, исходит именно от исполнительной власти. Жесткая вертикаль централизованной власти, манипулируемое население, «карманные» и послушные институты гражданского общества, фасадная демократия, ручная Государственная Дума – вот визитная карточка реализуемого в России национального проекта.

Возвращаясь к рассмотрению российской ситуации с точки зрения теории С. Кирдиной, следует отметить, что применение положений и категорий теории институциональных матриц к анализу истории и современного трансформационного процесса в России позволило ей показать, что современный период трансформации российского общества представляет собой процесс поиска и складывания нового баланса базовых и комплементарных институциональных форм, соответствующих изменившимся условиям существования нашего государства. Накануне перестройки в стране тотально доминировали устаревшие формы, отражающие природу X-матрицы, в то время как необходимые для институционального равновесия комплементарные институты воплощались преимущественно в теневых, нелегальных формах. Поэтому на первом этапе реформ 1980-1990-х годов упор был сделан на широкое легальное дополнение искаженной в ходе советского периода институциональной структуры элементами, характерными для государств с Y-матрицей. На втором этапе, с конца 1990-х годов, внимание все более направляется не столько на адаптацию заимствуемых экономических, политических и идеологических решений, сколько на модернизацию и развитие форм, отражающих специфику социетальной природы нашего государства, выражаемой доминированием базовых институтов X-матрицы. Организационные формы, методы и способы управления, ценности, нормы и правила, характерные для стран с доминированием Y-матрицы, в России модифицируются по ходу своего внедрения и занимают подчиненное

положение, что соответствует роли комплементарных институтов в институциональной макроструктуре общества²¹.

Что касается прогноза перспектив трансформационного процесса современной России, то с точки зрения теории институциональных матриц он очевиден. «Его основным результатом станет, во-первых, укрепление в обновленных формах доминирующего положения базовых институтов редистрибутивной экономики, унитарно-централизованного политического устройства и коммунитарной идеологии. Во-вторых, будут найдены и определены эффективные ниши для встраивания и действия комплементарных для нашей страны институтов рыночной экономики, федеративного устройства и субсидиарной идеологии. В-третьих, следует ожидать достижения общественного консенсуса по проблемам устройства и перспектив развития страны, что будет выражаться в расширении <<правового поля>>, то есть более полной правовой артикуляции и закреплении свойственных <<жизни и идее>> нашего общества цивилизованных форм социальной жизни»²².

Опираясь на сформулированные выше положения, можно высказать предположение о том, что в разных сегментах общественной системы соотношение базовых и комплементарных институтов разное. Есть такие сегменты, например, государственное управление, где доминируют базовые институты X-матрицы, а роль институтов Y-матрицы совершенно незначительна. Есть такие сегменты, как например, торговля, где роль институтов Y-матрицы весьма велика. Применив это предположение к системе массовой коммуникации, приходим к выводу о том, что в эпоху преобразований в этой системе должны действовать разные типы СМИ, формирующие разные системы норм и правил деятельности.

²¹ Кирдина С. Институциональные матрицы и развитие России.// <http://kirdina.ru/public/autoreferat/index.shtml>.

²² Кирдина С. Институциональные матрицы и развитие России.// <http://kirdina.ru/public/autoreferat/index.shtml>.

Поиск новой философии массовой коммуникации

О том, что СМИ как общественный институт и журналистика как тип социальной деятельности функционируют в соответствии с нормами и правилами, вытекающими из специфики общественного устройства, специалисты узнали из давней работы американских социологов Сиберта, Шрамма и Питерсона «Четыре теории прессы», опубликованной в Америке в 1956 г.²³ Назвав эти нормы и правила «теориями прессы», авторы выделили четыре таких теории:

- 1) авторитарную,
- 2) либералистскую,
- 3) теорию социальной ответственности,
- 4) советскую, коммунистическую.

К этим теориям прессы Макуэйл²⁴ прибавил еще две:

- * модель развивающихся стран,
- * модель демократического участия.

Согласно концепции Раймонда Уильямса²⁵, система СМИ может быть

- * авторитарной,
- * патерналистской,
- * коммерческой
- * демократической.

Авторитарной является такая система СМИ, в которой «основной задачей коммуникации является передача инструкций, идей и подходов правящей группы».

²³ Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т., Четыре теории прессы. М., Национальный институт прессы и изд-во Вагриус. 1998.

²⁴ McQuail D. Mass Communication theory. 2nd edition. London, Thousand Oaks, New Delhi, SAGE Publications. 1987. P. 111–123.; МакКуэйл Д. Массовая коммуникация и общественный интерес: к вопросу о социальной теории структуры и функционирования медиа. / В кн.: Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. / Хрестоматия. – М.: Едиториал УРСС, 2003. С. 179 -188.

²⁵См.: Sparks C., Reading A., Communism, Capitalism and the Mass Media. London, Thousand Oaks, New Delhi. SAGE Publications. 1998. P. 52.

Патерналистская система - это авторитарная модель, в которой, однако, у правящей группы сохраняется ответственность перед обществом, т.е. «ценности и цели, выходящие за рамки удержания власти».

Хотя коммерческая система отличается от авторитарной или патерналистской большей степенью внутренней свободы, «у нее есть свои ограничения, проистекающие из трудностей получения прибыли от некоторых форм коммуникации»: «можно говорить все, что угодно, при условии, что вы можете позволить себе говорить, и говорить с прибылью».

Уильямсу не удалось найти реального примера демократической модели СМИ, поэтому для него она стала скорее системой принципов, которыми следует руководствоваться, чем конкретными предложениями на основе накопленного опыта²⁶.

В России проблемами типологизации СМИ активно занимались А. Акопов, Л. Реснянская, М. Шкондин и многие другие исследователи²⁷. Правда, чаще всего предметом их интереса был поиск эффективной формальной классификации СМИ, которая позволила бы создать для СМИ некое подобие периодической системы Менделеева, в клеточках которой разместились бы все возможные типы СМИ.

Мой подход к анализу типов СМИ и журналистики был впервые сформулирован в 1988 году в статье, опубликованной в ныне забытом журнале «Слово лектора». Затем он излагался в некоторых других моих публикациях перестроечной эпохи²⁸.

²⁶ Существуют и другие, более эмоциональные определения общественной роли журналистики: «ночной сторож», «сторожевой пес демократии» и т.д.

²⁷ См.: Акопов А.И. Методика типологического исследования периодических изданий. / На примере специальных журналов. - Иркутск, 1985; Бакшин В.В. Типологические характеристики еженедельника. - Владивосток, 1984; Грабельников А.А. Массовая информация в России: От первой газеты до информационного общества. - М., 2001; Методика типологического анализа периодической печати. - М., 1995; Реснянская Л.Л., Фомичева И.Д. Газета для всей России. - М., 1999; Средства массовой информации России. - М., 2005; Типологическое развитие журналистики. - Ростов-на-Дону, 1993; Типология изданий. - М., 1990; Типология периодических изданий. - Ростов-на-Дону, 1983; Типология периодической печати. - М., 1995; Шкондин М.В. Системная типологическая модель СМИ. - М., 2002; Шкондин М.В., Реснянская Л.Л. Типология периодической печати. - М., 2007.

²⁸ Дзялошинский И. Еще раз о технократическом подходе. // Журнал «Слово лектора», 1988 №4.; Дзялошинский И. Журналистское мышление: особенности структуры и функционирования на современном

Позднее эти идеи были более или менее отчетливо выражены в моей книге «Российский журналист в посттоталитарную эпоху» и других публикациях.²⁹

Суть подхода заключалась в утверждении, что в рамках российской профессиональной журналистской культуры сосуществуют несколько альтернативных парадигм профессиональной деятельности, отличающихся друг от друга всеми компонентами, включая и нравственно-этический. Все они располагаются в своеобразном «пространстве», образуемом тремя векторами, в качестве которых выступают фундаментальные социально-профессиональные установки, определяющие общий характер отношения журналиста к аудитории.

Первая из таких установок ставит журналиста над аудиторией, определяя его право рассматривать своих читателей как объект управления (воспитания, формирования), а себя – как носителя или транслятора управленческих программ разного типа и уровня. Если попытаться одним словом охватить конечный смысл деятельности журналиста, исповедующего этот подход, то этим словом будет «воздействие».

этапе. - В кн.: Средства массовой информации в формировании нового мышления. - Л., 1989; Дзялошинский И. Советская журналистика: три парадигмы творчества. - В кн.: Журналист. Пресса. Аудитория. - Л., 1991; Дзялошинский И. Категории и парадигмы журналистской деятельности. - В кн.: Основные понятия теории журналистики. - М.: Изд-во МГУ, 1993.

²⁹ Дзялошинский И. Российские СМИ в избирательной кампании: уроки эффективности. - М.: Викон, 1996; Дзялошинский И. Российский журналист в посттоталитарную эпоху. - М., 1996; Дзялошинский И. Как создаются «герои» и «дьяволы». // Журнал «Советник», 1997, № 1; Дзялошинский И. В плену манипулятивных технологий. // Журнал «Советник», 1997, № 7; СМИ и структуры гражданского общества: проблемы взаимодействия. - М., 1999; Дзялошинский И. Редакционная политика как фактор успешной деятельности СМИ. - М., 2000; Дзялошинский И. Три типа профессионального поведения журналиста. // Журнал «Профессия Журналист», 2001, № 4; Дзялошинский И. СМИ, власть и гражданское общество в регионе. - М.: Пульс, 2002; Дзялошинский И. Какая журналистика может считаться социальной? - В кн.: НКО и СМИ: мостик через пропасть. - М., 2002; Дзялошинский И. Политические технологии в пространстве масс-медиа. // Журнал «Эффективное антикризисное управление», 2003, № 5-6; Дзялошинский И. СМИ, власть и гражданское общество в поисках баланса интересов. - В кн.: Региональные СМИ и демократия в России. - М., 2003; Дзялошинский И. Russia: Cultural Transformations, Tolerance, and the Media. South Atlantic Quarterly 105(3): 617-636 (2006); Дзялошинский И. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. - М.: Престиж, 2006; Дзялошинский И. Роль СМИ в организации диалога власти и общества. - В кн.: Роль СМИ в формировании гражданского общества. - М.: Хроникер, 2006; Дзялошинский И. СМИ как субъект публичной политики. Публичная политика в современной России. - М.: ТЕИС, 2006; Дзялошинский И. Инновационная журналистика: модное словосочетание или путь развития СМИ. // Журнал «Телецентр», 2007, № 1(21); Дзялошинский И. Гражданские коммуникации в негражданском обществе. - В кн.: Медиаобразование: от теории к практике. - Томск, 2007.

Подобного рода журналистская практика получила свое достаточно фундаментальное обоснование в работах многих теоретиков и исследователей, создавших комплекс стройных и по-своему совершенных концепций управляющего воздействия, опирающихся на представление об активной роли средств массовой информации, выступающих в качестве субъекта пропаганды, и пассивной (несмотря на многочисленные оговорки) роли аудитории, рассматривавшейся в качестве объекта идеологического, пропагандистского воздействия.

Вторая установка размещает журналиста рядом с аудиторией и ориентирует его на отношения информирования. В этом случае журналист считает своей основной профессиональной обязанностью поставлять аудитории разнообразные интересующие ее сведения, данные, материалы, оказывать помощь в выражении мнений.

Обе эти установки, несмотря на существенные различия между ними, приводят к отчуждению аудитории от СМИ.

Третья фундаментальная установка требует от журналиста находиться внутри определенного человеческого сообщества, рассматривать себя как заинтересованного участника совместного с аудиторией поиска решений сложных жизненных проблем. Главная идея такой журналистики заключается в том, что журналистам следует рассматривать читателей, зрителей, слушателей не как фон или пассивных наблюдателей, не как жертв различных обстоятельств, а как участников решения важных вопросов. Эта журналистика самоопределяется в таких терминах, как «гуманитарная», «личностная», «коммунитарная», журналистика соучастия и т.п.³⁰.

Основной функцией/ролью так понимаемой журналистики становится «модератор диалога». Это означает, что журналистика может и должна

³⁰ В Америке примерно такая же идея была реализована в концепции гражданской (общественной) журналистики. Гражданская журналистика на первый план ставит не права журналистов, а их обязанности перед обществом. Другими словами, такая журналистика требует от редакторов и руководителей служб новостей выполнять журналистскую работу так, чтобы она помогала людям преодолевать чувство апатии, бессилия и отчужденности, побуждала их к действию, превращая их из пассивных зрителей в активных участников гражданских акций. Американский опыт функционирования гражданской журналистики изложен в книге: Эдвард Д. Миллер. Шарлоттский проект. Как помочь гражданам взять демократию в свои руки. – М., 1998.

создавать среду для равноправного диалога между различными социальными группами – сколь ни велики они и не отличны по идеям, целям и организации, – в ходе которого могут разрешаться социальные противоречия и конфликты. Журналистика может и должна объединять в едином информационном пространстве противоречивые мнения и установки, которые, став достоянием общественности, именно на этом пространстве могут найти пути сближения или, во всяком случае, аргументы для доказательства собственной состоятельности. Эта функция особенно необходима в обществе, раздираемом конфликтами и расколотом на лагеря, обществе, не способном найти примирение на площадях и трибунах. Это та функция, которая способна перевести конфликт, разрушающий единство, в конфликт, выявляющий проблему и, тем самым, приблизить его разрешение не на уровне уличной потасовки, но на позициях разумного и прагматического публичного диалога.³¹

Сравнивая результаты исследований типов журналистики, полученные задолго до появления работ С. Кирдиной, с предложенным ею концептуальным аппаратом, можно сделать вывод о зависимости доминирующего типа журналистики от доминирующей в обществе матрицы. Так, **СМИ типа X-матрицы** - это средства государственной информации и пропаганды, главной задачей которых является обеспечение государственного влияния на общественное мнение и стереотипы поведения населения (**журналистика влияния**). **СМИ типа Y-матрицы** - это реализованная идея **гражданской журналистики**. **Коммерческие СМИ (журналистика медиабизнеса)**, ориентированные на извлечение прибыли, представляют собой медиапредприятия, которые пытаются в своей деятельности **совместить принципы, нормы, правила, характерные как для X-матрицы, так и Y-матрицы.**

³¹ Подробно технология диалога в СМИ изложена в следующих работах: Реснянская Л. Двусторонняя коммуникация: методика организации общественного диалога. - М., 2001; Груша А. Формы и методы организации взаимодействия субъектов политики. Пресса и политический диалог. - М., 2001; Прохоров Е. Режим диалога для демократической журналистики открытого общества. - М., 2002.

Исходя из этого, можно констатировать, что, **поскольку на сегодняшний день в России доминирует X-матрица при возрастающей роли общественных институтов, характерных для Y-матрицы, то и в коммуникативной сфере мы наблюдаем сосуществование трех типов СМИ и трех типов журналистики.**

Характеризуя динамику развития государственных и прогосударственных СМИ, можно констатировать, что в настоящее время учредителями большинства региональных и до 80% муниципальных газет России являются органами государственной и муниципальной власти, что отражается и на редакционной политике этих изданий³², и на их экономической независимости, поскольку, так или иначе, все они субсидируются из средств региональных и местных бюджетов.

Так, в бюджете Москвы на 2008 год заложено 4,8 млрд. рублей на текущее содержание городского телевидения и 697 млн. рублей на городскую периодическую печать. Бюджетом Республики Татарстан на финансирование СМИ в 2008 году предусмотрено 3,4 млрд. рублей, в том числе периодической печати - 630 млн. рублей. В бюджете Республики Башкортостан на поддержку СМИ в текущем году выделен 1 миллиард рублей. Об объемах государственного финансирования федеральных СМИ остается только догадываться. Потому что помимо прямого финансирования, обозначенного в статьях бюджета, существуют сотни способов косвенного финансирования через гранты, проекты, конкурсы и прочие способы управления СМИ. В любом случае это десятки миллиардов рублей.

³² Полученные в ходе различных исследований материалы свидетельствуют о том, что отношения между властью и СМИ в России самоопределяются либо в терминах подчинения и услужения, либо в терминах войны. Третьего - то есть диалога, партнерства - не получается. На региональном уровне для руководителей любого ранга характерно абсолютное нежелание учитывать особенности СМИ как самостоятельного социального института, стремление превратить журналистов в своих подручных, которым положено выполнять спущенные им поручения. Руководители администраций видят в местной прессе прежде всего нечто вроде дополнительной информационно-аналитической службы, а также отдела по работе с общественностью, но никак не контролера и критика своих действий. При всех индивидуальных различиях в возрасте, образовании, жизненном опыте руководители региональных и местных администраций рассматривают СМИ не как самостоятельный институт гражданского общества и не как особый, относительно самостоятельный информационный бизнес, а исключительно как информационно-пропагандистский придаток к администрации. Многие из них изначально убеждены в том, что дело журналистов - помогать им, руководителям, решать стоящие перед ними проблемы.

Платой за такую поддержку будет размещение в СМИ материалов, выражающих интересы и позицию органов власти, а проблемы гражданского общества будут интересовать государственные СМИ только в том случае, если о них говорит Президент или Премьер-министр.

Что касается коммерческих СМИ, то данные исследований за последние десять лет дают основание для вывода о том, что у них есть благоприятные возможности развития. Рынок рекламы растет высокими темпами, непритязательная массовая аудитория с удовольствием поглощает контент не очень высокого качества. Как сказано в докладе Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям «Российский рынок периодической печати», «в 2007 году российский рынок печатных средств массовой информации продемонстрировал хорошую динамику развития и качественные изменения, свидетельствующие о дальнейшем превращении газетно-журнальной индустрии страны в эффективный бизнес, чему в решающей степени способствовала общая благоприятная экономическая ситуация в Российской Федерации. Выросли инвестиции в СМИ, капитализация медийных компаний, их доходы от рекламы и реализации тиражей».³³

Как указывается в том же документе, «российский рынок периодики демонстрирует немало позитивных перемен. Издатели массово переходят на новые бизнес-модели, технологии и форматы, радикально модернизируют работу редакций, в корне пересматривают маркетинговую политику, понимая, что без всего этого невозможно адаптировать традиционный издательский бизнес к новым условиям цифровой медиасреды, выстроить эффективные отношения с читателями и рекламными клиентами, правильно позиционировать себя на фоне ТВ, радио, Интернета и стремительно растущих «новых медиа», что, собственно, и позволяет ведущим

³³ В силу благоприятного экономического климата и коммерческой привлекательности вложений практически в любые медийные активы, инвестиционная активность на российском рынке СМИ в 2007 году оставалась высокой. Эксперты считают, что участники этого рынка, главным образом в процессе слияний и поглощений, перекрыли показатели прошлого года и инвестировали в него не менее 95-96 млрд. рублей против 55-60 млрд. рублей в 2006 году.

издательским домам России, несмотря на сокращение у многих из них совокупной аудитории одного выпуска изданий, не только сохранять, но и успешно наращивать свои финансовые и рекламные показатели».

Аналогичные процессы идут на коммерческом телевидении и радио³⁴.

Все это говорит о том, что в сегменте массовой коммуникации явно нарастает влияние Y-матрицы. Однако коммерциализация СМИ в условиях, когда другие общественные институты действуют в режиме X-матрицы, привела к тому, что многие из них перестали не только соответствовать своему информационному назначению, но и выполнять присущие им культурные, просветительские и другие функции. Отсутствие традиций гражданского общества, исключенность населения из политического процесса привели к тому, что коммерческие СМИ вынуждены удовлетворять весьма узкие, по большей части бытовые и развлекательные, интересы своей аудитории, да к тому же весьма вольно интерпретируемые менеджерами медиапредприятий. Поэтому коммерческие СМИ интересуются гражданским обществом ровно в той степени, в какой это необходимо для привлечения и удержания внимания массовой аудитории, а значит, для увеличения доходов от рекламы. Кроме того, само гражданское общество дает мало информационных поводов, которые могут заинтересовать коммерческие СМИ и их аудиторию³⁵.

³⁴ Успех коммерческих СМИ, ориентирующихся на интересы массовой аудитории, вызывает неудовольствие не только интеллектуалов, но и властей, которые видят в этом успехе фактор, отвлекающий аудиторию от взаимодействия с государственными СМИ. Отсюда все возрастающее стремление взять под контроль деятельность коммерческих СМИ. Используются и прямой нажим на владельцев таких СМИ, и приобретение контрольного пакета акций, и угрозы создать при коммерческих СМИ общественные советы. Политолог Борис Макаренко считает, что создание советов носит популистский характер. «Общественным советом прикроются как фиговым листком, чтобы оправдать закрытие программ по политическим мотивам. Кроме того, у нас не прописано законодательством понятий «нравственность», «эротика», «порнография» и так далее, - пояснил Макаренко. - А когда законодательного поля нет, то такой общественный совет может стать неправовым цензором. Реальным пошлостям такой совет заслон не поставит, потому что реальные пошлости соответствуют запросам изрядной части общества. Я имею в виду «Кривые зеркала», «Аншлаги» и прочее».

³⁵ Довольно часто о гражданском обществе говорится в контексте сообщений о деятельности Общественной палаты РФ. Что касается других информационных поводов, то они связаны преимущественно с благотворительной деятельностью: открытие общественного благотворительного фонда, отправка гуманитарной помощи, организация бесплатного похода в музей для детей интерната и т.д.

Обратившись к анализу системы гражданских коммуникаций, следует отметить, что их судьба в ближайшие годы незавидна. Объясняется эта ситуация резкой поляризацией общества на сторонников только X-матрицы и сторонников только Y-матрицы. Идея комплементарности пока не очень популярна.

Очевидно, что дальнейшие изменения ситуации будут определяться тем, по какому пути пойдет развитие государства и общества в целом. Самый пессимистический сценарий основан на предположении, что сопротивление определенных социальных структур сорвет планы расширения зоны действия общественных институтов типа Y-матрицы. Если развитие пойдет по этому пути, то России угрожает не только внутренняя, но и внешняя катастрофа. Что касается СМИ, то очевидно, что будет реставрирована тоталитарная система управления средствами массовой информации.

Другой сценарий, который многие специалисты считают наиболее вероятным, основан на предположении, что в обозримом будущем Россия будет умеренно авторитарным государством с экономикой смешанного государственно–капиталистического типа. В случае реализации этого сценария, государство будет стремиться управлять и структурами «третьего сектора», и средствами массовой информации, используя как правовые, так и неправовые рычаги.

Однако история совершается через людей. Понятно, что нельзя перепрыгнуть через некоторые обязательные стадии развития. Нельзя из аграрного или аграрно-индустриального общества сразу перепрыгнуть в информационное или постинформационное. Но можно «сжать» некоторые этапы и избежать некоторых ошибок, которые делали первопроходцы. Можно вполне осознанно инкорпорировать те общественные институты Y-матрицы, которые, продолжая оставаться комплементарными, все-таки будут существенно менять технологии функционирования организаций и поведения людей.

К числу этих цивилизованных форм социальной жизни можно отнести:

- * формирование нового типа государственности, базирующегося на приоритете права, способного к социальному партнерству в условиях реально сложившейся дифференциации интересов различных групп и общностей;
- * создание реального плюрализма в обществе на основе появления самоуправляемых структур, ассоциаций, неформальных гражданских движений;
- * преодоление традиционной конфронтационной гражданской и политической культуры, т.е. стабилизация общества на основе гражданского мира с приданием ему конституционных гарантий и т.п.

И не случайно в российском обществе вновь возник интерес к крупным доктринальным проектам. Речь идет не о так называемых национальных (а точнее - отраслевых) проектах «Здоровье», «Образование», «Жилье», «Агропромышленный комплекс», а о проекте «2020», то есть «Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации», о «Проекте «инновационной России» Александра Неклессы и Петра Щедровицкого,³⁶ о подготовленном несколькими учеными «Мегапроекте»³⁷ и т.д.

Здесь не место анализировать содержательные особенности всех этих проектов. Важно другое: «Начинает складываться большая рабочая конструкция, в которой доктринальные установки передаются в пошаговые программы, а далее в оперативное планирование и систему практических приложений. Уровень влияния смыслов на ресурсы в этой вертикали уже

³⁶ См.: Неклесса А., Щедровицкий П. Инновационная Россия. *Статья впервые была опубликована в журнале "Экономические стратегии", № 5/2003.* // <http://stra.teg.ru/lenta/innovation/1002>.

³⁷ См.: Рубцов А., Богословский С. Мегапроект: о формате и контурах стратегии национального развития. - М., 2008.

выше среднего (независимо от качества такого влияния). Это делает идеи реализуемыми, но и реальность на выходе — идеологичной»³⁸.

История свидетельствует, что такие мегапроекты иногда бывают успешными, как, например:

- * реформы Александра II (на входе — загнивший феодализм, на выходе — почти капитализм; рост практически всех показателей; идеологический посыл — польза либерализации);
- * восстановление Японии после поражения во Второй мировой войне (масштабная реиндустриализация, конверсия оставшегося, копирование нового; идеологический посыл — даже после поражения надо подниматься);
- * современная китайская индустриализация — от Дэн Сяопина до наших дней (идеологический посыл — максимальное использование внешнего опыта и ресурсов для развития собственного хозяйства);
- * Евросоюз: на основе переосмысления ошибок мировых войн и для смягчения последствий деколонизации создана крупнейшая экономика, лидер политических и технологических инноваций.

Но для успеха подобных фундаментальных преобразований должно быть соблюдено одно обязательное условие: национальное согласие элит и населения по поводу необходимости таких преобразований³⁹. Обеспечить национальное согласие в такой огромной стране, как Россия, можно только с помощью средств массовой информации. И, конечно же, речь идет не об очередной пропагандистско-идеологической кампании, которые, как правило, вызывают обратный эффект. Речь идет о понимании самими работниками СМИ, и прежде всего журналистами, сути преобразований и их

³⁸ Рубцов А., Богословский С. Мегапроект: о формате и контурах стратегии национального развития. - М., 2008. С. 4.

³⁹ Страна переживает один из наиболее разрушительных для социального организма видов кризиса — кризис смысла. На практике это выражается в транзитности и неполноте предлагаемых рецептов исправления ситуации, непрочности социального контракта между властью и обществом, неустойчивости положения государства в международном сообществе. (См.: Неклесса А., Щедровицкий П. Инновационная Россия. *Статья впервые была опубликована в журнале "Экономические стратегии", № 5/2003*.)// <http://stra.teg.ru/lenta/innovation/1002>.

необходимости, а значит, о формировании какой-то новой журналистики. Не случайно в последнее время в прессе и интернете стало мелькать словосочетание «инновационная журналистика». И хотя нигде не удалось найти сколь-нибудь внятной попытки авторов определить, что они понимают под этим словосочетанием, очевидно, что раз появилась потребность в новом понятии, значит, в глубинах профессии и профессионального опыта происходят какие-то изменения, вызывающие к жизни новые явления⁴⁰.

Дело, разумеется, не в названии. «Инновационная журналистика», «журналистика развития», «гражданская журналистика», «журналистика соучастия», «социальная журналистика», «коммунитарная журналистика», «партиципарная журналистика» - само разнообразие формулировок говорит о том, что все большее количество журналистов не хочет быть ни наемными пропагандистами и агитаторами, ни служащими медиакорпораций, получающих огромные прибыли, удовлетворяя самые примитивные потребности аудитории. Они хотят обеспечивать граждан информацией, обогащать их знания и досуг независимо от коммерческих, государственных или политических соображений. Они хотят давать каждому гражданину возможность принимать на равноправной основе широкое участие в жизни общества, членом которого он является, и активно содействовать организации такой жизни. Они хотят быть независимыми от партийного или государственного давления. Они хотят способствовать диалогу между обществом и властью, между разными социальными группами.

Остается только надеяться, что однажды количество перейдет в качество и российские СМИ станут мощным инструментом институционального обновления России.

⁴⁰ Подробнее см.: Дзялошинский И. Инновационная журналистика: модное словосочетание или путь развития СМИ. // Журнал «Телецентр». 2007, № 1(21).