

**И. Дзялошинский**, проректор Всероссийского института печати и массовой информации, член-корреспондент Международной Академии информатизации

## **ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО КОМПЛЕКСА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Характеризуя функции пресс-секретарей, сотрудников пресс-службы любого уровня, обычно указывают на то, что одним из важнейших направлений их деятельности является работа со средствами массовой информации. Продвигая те или иные идеи, формируя благоприятный образ фирмы или собственного шефа, способствуя победе своей партии на выборах, пресс-секретарь должен уметь установить контакт со средствами массовой информации, привлечь их внимание к проблеме, фирме, лидеру, обеспечить их благоприятное освещение в печатных изданиях, на телевидении и радио. Но для того, чтобы работа с общественностью через средства массовой информации была достаточно эффективной, надо знать состояние системы СМИ, хорошо ориентироваться в происходящих внутри этой системы процессах.

Данная статья как раз и посвящена анализу состояния и тенденций развития Российского национального комплекса массовой информации (РНКМИ). Основным положением, на котором базировались проведенное нами исследование, явилось утверждение, что РНКМИ представляет собой совокупность предприятий, осуществляющих издательскую, полиграфическую, книготорговую и телерадиовещательную деятельность, объединяющих интеллектуальное творчество писателей, художников, журналистов, режиссеров, редакторов, операторов, промышленное производство и торговлю. Все элементы РНКМИ взаимосвязаны и взаимообусловлены. Поэтому прогнозировать развитие комплекса в целом возможно только на основе анализа современного состояния и формулирования тенденций изменения каждой его части.

Анализ полученных в ходе исследования материалов позволяет определить наиболее вероятный сценарий развития российского национального комплекса массовой информации, опирающегося в своей деятельности на разветвленные системы печатной и электронной коммуникации.

Во-первых, очевидно, что вследствие высокой интегрированности РНКМИ в структуру экономики страны перспективы развития информационного комплекса зависят от возможностей смежных отраслей народного хозяйства. А поскольку вряд ли стоит рассчитывать на то, что в ближайшее время найдутся инвесторы, готовые вкладывать средства в капиталоемкие, но не дающие немедленной отдачи отрасли, приходится предположить, что внешних источников для быстрого развития массово-информационного комплекса не предвидится.

Следовательно, средства массовой информации в обозримой перспективе должны будут опираться на собственные силы и на запущенные и приходящие в ветхость технические мощности, которыми они располагают на сегодняшний день. То же самое можно сказать о проблеме ресурсного обеспечения. Нет оснований ожидать, что

российские бумажники, химики, технологи в ближайшие годы повысят качество материалов, необходимых для работников печатных и электронных средств коммуникации.

Остается уповать на импорт техники и материалов. Однако существующий в России экономический климат, традиционное недоверие российских политиков к зарубежным инвесторам, особенно в такой деликатной сфере, как средства массового воздействия, делают надежды на активное вовлечение иностранных капиталов и технологий в дело развития РНКМИ весьма иллюзорными.

Все это означает, что траектория технического и ресурсного развития средств массовой информации не сулит нам никаких резких скачков.

Во-вторых, констатируя отсутствие возможностей для увеличения объемов информационных услуг в сфере массовой информации, следует вместе с тем указать на вероятность существенных изменений в структуре информационного потока.

Эти изменения обусловлены в первую очередь переменами в структуре основного потребителя продукции информационного комплекса – населения России. Как уже констатировалось, период перехода от директивно-плановой к рыночной экономике сопровождается резкой дифференциацией социальных групп по уровню доходов. При этом основная масса жителей страны находится в районе или за чертой бедности. В связи с этим снизилась покупательная способность населения применительно к издательской продукции и периодике, что повлекло сокращение тиражей изданий и значительные изменения их репертуара. Если исходить из имеющихся ныне тенденций изменения численности различных социально-профессиональных групп населения России, этот процесс будет развиваться и дальше.

Так, по мере перехода страны к рыночным формам хозяйствования доля рабочих в населении будет постепенно сокращаться. К 1995 году она уменьшится до 22-23%, а к 2000 году рабочие будут составлять примерно 15-20% всех занятых. Наибольший отток из группы рабочих будет связан с сокращением государственных ассигнований на оборону, существенным уменьшением капиталовложений в тяжелую промышленность и машиностроение. В результате часть предприятий обанкротится и прекратит свое существование, другая часть будет преодолевать имеющиеся сложности, неизбежно сокращая производство, и, соответственно, численность работающих. Предполагается, что наибольшие потери понесет группа неквалифицированных рабочих. Но и многим квалифицированным рабочим, в особенности занятым в тяжелой промышленности и машиностроении, придется пережить потерю рабочего места. Значительная часть рабочих, потерявших работу, сможет найти ее в других отраслях промышленности, а также в сфере обслуживания, имеющей явные перспективы роста. Следовательно, сократится количество изданий, обслуживающих информационные интересы рабочего класса, уменьшится количество фабрично-заводских (так называемых многотиражных) газет, сократится количество и объем публикаций, посвященных рабочей проблематике в массовой печатной и электронных средствах коммуникации.

В ближайшее время усилится социальная дифференциация в группе специалистов. К этому следует добавить и то, что именно в среде специалистов наиболее быстрыми темпами растет безработица. Можно предположить, что численность специалистов будет и в дальнейшем

постепенно уменьшаться. Объективная необходимость такого сокращения связана со структурной перестройкой народного хозяйства, его переориентацией на менее наукоемкое производство. Еще одним стимулом к такому сокращению станет приватизация и обусловленное ею уменьшение численности специалистов, занятых в сфере управления. К 1995 году уменьшение будет незначительным: доля специалистов в населении свыше 16 лет снизится до 28–30%. К 2000 году сокращение будет более ощутимым: постепенное продвижение России по пути реформ приведет к тому, что доля специалистов в населении свыше 16 лет составит не более 20%.

К 2000 году, по мере преодоления Россией экономического кризиса, социальная дифференциация в группе специалистов будет постепенно уменьшаться. Те, кто найдут применение своей квалификации в новых экономических условиях, будут принадлежать либо к средне-обеспеченной, либо к состоятельной прослойке населения. Все это приведет к уменьшению количества изданий для специалистов (как видно, из табл. 21 приложения 2, этот процесс активно развивается в настоящее время) и к созданию двух информационных потоков специализированной информации: для управленческой и инженерной элиты и для специалистов средней квалификации. Проблемы жизни и деятельности специалистов будут активно обсуждаться в массовой печати.

Что касается такой группы населения, как неспециалисты, то на основании имеющихся тенденций перераспределения рабочей силы между социальными группами можно предположить, что доля неспециалистов в населении России сохранится и даже увеличится за счет увеличения числа рабочих мест в сфере обслуживания. К 1995 году неспециалисты составят 9%, а к 2000 году – 10–12% населения старше 16 лет. Уровень благосостояния неспециалистов не претерпит значительных изменений. Опыт развитых индустриальных стран свидетельствует о том, что неспециалисты неизменно входят в число наименее обеспеченных социальных групп. Зная интеллектуальный уровень, социальный характер, культурные и информационные запросы неспециалистов, легко предположить, какого рода пресса будет востребована этой социальной группой.

Характеризуя перспективы такой социо-профессиональной группы как руководители, можно высказать предположение, что эта группа и в будущем сохранит свои позиции в социальной структуре общества. В 2000 году их доля в населении старше 16 лет в целом останется прежней – на уровне 7%. К 1995 году значительная часть руководителей перекоцует в разряд собственников средств производства, а к 2000 году составит ядро этой социальной группы. Можно предположить, что и в дальнейшем руководители будут входить в наиболее обеспеченные слои общества.

Что касается студентов, то есть основания для утверждения о том, что доля студентов в населении России будет сокращаться, а уровень их благосостояния возрастать. К 1995 году сокращение будет незначительным, не более, чем на 1%. К 2000 году уменьшение как доли студентов в населении, так и общей численности студенчества будет наиболее ощутимо – на 3–4%. К 2000 году выходцы из состоятельных и богатых семей составят примерно половину всего студенчества.

Возрастет в структуре населения доля пенсионеров. К 1995 году доля пенсионеров в населении старше 16 лет увеличится до 15%, а к 2000 году – до 18-19%. Несмотря на все усилия по социальной защите пенсионеров и в 1995, и в 2000 году они будут входить в наиболее бедные слои населения. По мере продвижения к рыночным формам хозяйствования и увеличения предложения на рынке труда у пенсионеров будет все меньше возможностей трудоустройства и, следовательно, меньше шансов на получение дополнительного дохода.

Динамика положения домохозяек позволяет предположить, что развитие ситуации на рынке труда станет мощным стимулом к увеличению доли домохозяек в населении страны. К 1995 году эта доля вырастет до 5%, а к 2000 году – до 8-10% населения страны. Социальное расслоение в среде домохозяек станет еще более рельефным. В то время как беднейшие слои будут по-прежнему преобладать, доля неработающих женщин из состоятельных семей будет постоянно расти и к 2000 году достигнет 30% от численности всей группы в целом.

Доля безработных в населении России старше 16 лет к 1995 году увеличится до 5-6%, а к 2000 году – до 10%. Если учесть, что в России уровень образования женщин выше, чем уровень образования мужчин, а при устройстве на работу именно женщины испытывают наибольшие трудности, то вполне вероятным представляется преобладание среди безработных женщин с высшим или средним специальным образованием, особенно женщин предпенсионного возраста. Из других социо-демографических групп наибольшую вероятность попадания в группу безработных имеют молодые люди с высшим образованием и специалисты – мужчины предпенсионного возраста.

В целом можно с высокой степенью вероятности прогнозировать постепенное увеличение в структуре населения доли незанятых в народном хозяйстве. Значительная доля неработающих – это одна из базовых характеристик любой рыночной экономики. Уже в недалеком будущем многие россияне столкнутся с проблемой выживания в условиях растущей безработицы и еще более резкого удорожания жизни. В этой ситуации государству придется взять на себя роль стабилизирующего фактора, обеспечивая неимущим слоям населения не только прожиточный минимум, но и, по возможности, доступ к средствам массовой информации, без которых невозможно становление в России гражданского общества.

Что касается отраслевого распределения населения России, то имеющиеся тенденции изменения статуса различных отраслей народного хозяйства позволяют предположить следующее. К 2000 году доля населения, занятого в сельском хозяйстве, останется примерно на том же уровне. Растущая безработица в значительной степени ограничит возможности перемещения сельского населения в город. Частичная переориентация экономики на производство товаров и услуг положительно скажется на материальном положении жителей сел и деревень. Если будет решен вопрос о приватизации земли, хотя бы для сельского населения, то большая часть молодых жителей села будет иметь достаточно стимулов для того, чтобы закрепиться в отраслях агрокомплекса.

Первые шаги России к рынку, а также опыт бывших социалистических государств указывает на то, что при любом, даже

самом удачном повороте событий доля населения, занятого в промышленности, будет сокращаться. К концу столетия в промышленном производстве России будет работать не более 35% населения. Сокращение в промышленности коснется прежде всего металло- и энергоемких отраслей, связанных с оборонно-космическим комплексом, производством тяжелой техники, станков и оборудования. Общий спад промышленного производства вряд ли затронет отрасли промышленности, производящие оборудование для пищевой индустрии, фермерства, других гражданских нужд. В этих отраслях вполне возможно увеличение числа рабочих мест.

Доля работников, занятых в сфере торговли и услуг, существенно увеличится, в основном за счет увеличения торговых операций в частном секторе. Предполагается, что работники торговли будут составлять к 2000 году не менее 20% всего занятого населения.

Несколько увеличится и доля населения, занятая в кредитно-финансовой сфере. В связи с открытием новых коммерческих банков, неуклонным ростом объема финансовых операций, часть специалистов с высшим и средним образованием после соответствующей переподготовки перейдет в эту отрасль экономики. Доля занятых в этой сфере достигнет к 2000 году 10%.

До 2000 года наука и культура как отрасли народного хозяйства будут переживать спад, сопровождаемый высвобождением ученых и последующим их переходом в другие сферы народного хозяйства. Общая численность занятых в этих отраслях сократится до 6-8% населения.

Процесс разгосударствления собственности, осуществляемый в настоящее время, привел к перераспределению населения между основными секторами экономики. Как бы ни складывалась социальная и политическая ситуация в России, частный сектор будет иметь устойчивую тенденцию к росту. Если удастся полностью воплотить в жизнь планы массовой приватизации промышленного и сельского хозяйства, то в 2000 году в частном секторе экономики будет занято не менее 60% населения. В том случае, если приватизация пойдет медленнее, чем предполагается, доля занятых в частном секторе будет меньше, но при этом не опустится ниже отметки в 25%.

Все сказанное выше дает основания предполагать дальнейшее сужение потенциального рынка массовой информации и изменение соотношения между объемами той информации, которая будет затребована различными типами потребителей. Кроме того, если в настоящее время мы имеем по крайней мере четыре типа изданий: элитарные, качественные, массовые, бульварные, то на ближайшее будущее можно сформулировать прогноз, согласно которому промежуточные типы будут исчезать и произойдет окончательное размежевание всех каналов массовой информации на качественные (предназначенные для различного рода элит - политических, экономических, профессиональных и др.) и собственно массовые со значительным объемом бульварщины.

Качественная пресса будет публиковать серьезные материалы, по проблемам политики, экономики, экологии, массовая пресса будет заполнена практическими советами, рекламой и скандальной хроникой.

Что касается рекламы, то массовый интерес к ней и потребность большинства населения в данном виде информации еще не

сформировались. Однако постоянно нарастающий поток рекламной информации становится все более ощутимым фактором деятельности в первую очередь для таких групп населения, как бизнесмены, менеджеры, предприниматели, финансисты. Со временем этот поток будет захватывать все более широкие слои населения, которые, пока пассивно воспринимая рекламу в средствах массовой информации, постепенно привыкают к ней.

Наиболее массовым и динамично развивающимся средством информации будет и впредь оставаться телевидение. Мощь этого канала информации будет возрастать по мере внедрения современных методов уплотнения видеосигналов, повышения четкости (что позволит получать на плоском экране телевизора изображение, равноценное по качеству и резкости кинофильму), а также использования технологии коммутирования различных телепрограмм, в результате чего у потребителей существенно возрастает диапазон выбираемых программ.

Дальнейшее развитие аудиовизуальных коммуникационных систем, являющихся конкурентами печатных СМИ, приведет в ближайшем будущем к возникновению сложных информационно-коммуникационных комплексов, представляющих собой одну или несколько цифровых коммутационных систем широкого профиля, отличительными качествами которых станет обширная несущая способность кабельного телевидения, цифровая точность компьютера и коммутаторная адекватность телефонии. Границы между средствами информации, формально обозначенные по способу передачи (радио или кабель) и по функции (телефон, кабельное телевидение, радиовещание, компьютер), исчезают на наших глазах. Мы движемся к множеству смешанных (радио-кабель), интегрированных (цифровые системы) сетей широкого профиля, незаметно переходящих друг в друга. Завтрашние сети будут объединять все лучшее, заимствованное у компьютера, телефона и телевидения.

Таким образом, в течение следующих 5-20 лет:

- у аудитории (по крайней мере ее наиболее обеспеченной части) появится возможность получать доступ к десяткам, а может быть и сотням различным телевизионным каналам, что позволит каждому телезрителю смотреть свои любимые программы новостей и развлекательные шоу в соответствии с личным расписанием; кроме того, значительно улучшится качество телевизионного изображения;

- компьютеры, телефоны, телевизоры, стереопроигрыватели, факсы и видеомагнитофоны станут даже в большей степени, чем сегодня, элементами единой интегрированной коммуникационной технологической системы и, вероятно, будут объединены в одно целое. Компьютеры станут понятнее для пользователей, работа с ними упростится, и они лягут в основу всех прочих видов коммуникационного оборудования;

- портативные телефоны станут меньше размером, дешевле и получают еще большее, чем сегодня, распространение. Возможно, будут созданы маленькие личные телефоны, которые можно будет постоянно носить с собой;

- в будущем телеэкраны появятся на многих портативных приборах, поскольку фактор портативности станет основным. Уже сегодня некоторые фирмы производят портативные приборы связи, позволяющие людям вести записи на экране и передавать сообщения в другие города;

- многие будут работать, а также приобретать товары прямо на дому, используя видеодисплеи, соединяющие их с коллегами в офисе и с любым магазином;

- на домашнем видеозэкране можно будет простым нажатием кнопки получить любую, самую детальную информацию из центральных источников - расписание самолетов, последние новости, каталоги товаров, любые энциклопедические данные.

Если в России не произойдет очередной путч, в котором победят сторонники патриотической идеологии (первым актом которых будет введение цензуры на внутреннюю информацию и перекрывание каналов внешней информации), то именно телевидение станет в ближайшие годы для большинства россиян подлинным "окном в мир". Развитие трансграничного вещания будет означать не только обмен информацией и культурой, но и создание новых ценностей, ориентированных на мировую аудиторию.

В этих условиях выживание и тем более развитие печатных средств массовой информации возможно только в том случае, если они смогут либо занимать те информационные ниши, которые электронные средства коммуникации занять не в состоянии, либо смогут конкурировать с телевидением по содержанию печатаемых сообщений, яркости дизайна и активно использовать специфические возможности печатной коммуникации, недоступные ни телевидению, ни радио.

Проведенное исследование показало, что основная масса периодических изданий России выходит в столицах республик-субъектов Федерации, а также краевых, областных центрах и относительно крупных городах. Все элитарные и качественные издания выходят в Москве, что и позволяет констатировать высочайшую централизацию общероссийских информационных потоков.

По своим тиражам российские издания преимущественно малотиражные. Практически половина изданий имеют тираж до 10 тысяч экземпляров. Что касается общефедеральных (центральных) изданий, то здесь наиболее распространенными являются тиражи 40-60 и 60-100 тысяч экземпляров. В центре выходят практически все многотиражные (тиражом свыше 500 тысяч экземпляров) газеты.

С точки зрения такого критерия как периодичность, наиболее распространенным типом издания является еженедельник. Вторая по значимости группа - это издания, выходящие два-три раза в неделю. Примерно такое же соотношение характерно для большинства регионов.

Наиболее распространенный формат российских газет - А3. Обычный объем российской газеты - 4 страницы. Распространяются периодические издания в основном через Роспечать.

По своей аудиторной направленности подавляющее большинство периодических изданий России ориентированы на все типы читателей и все слои населения. На уровне центральной печати стремление к аудиторной специализации выражено более отчетливо. С точки зрения уровня подготовленности аудитории, подавляющее большинство периодических изданий России ориентированы на средний и низкий уровень общего развития читателей.

Что касается тематической специализации, то изданий с отчетливым тематическим профилем немного. Чаще всего периодические издания стремятся отражать на своих страницах всю "злобу дня" без изъятия.

В качестве учредителей печатных средств массовой информации в России доминируют различные профессиональные коллективы (редакции, коммерческие организации, производственные коллективы и др.) и органы власти. В некоторых регионах властные структуры имеют в своем распоряжении до 60 процентов всех выходящих в регионе периодических изданий.

Свобода предпринимательства породила дополнительное множество газет различных типов, видов, тематического содержания и социальной направленности. Более 40 процентов новых изданий, возникших в последние годы, являются частной собственностью физических лиц. В результате возник отчетливый конфликт между формой собственности средств массовой информации и формой собственности средств производства и распространения средств массовой информации. Без разрешения этого конфликта трудно рассчитывать на дальнейшее развитие российской периодики.

С точки зрения своих программных целей и задач большинство периодических изданий России ориентированы на объективное освещение происходящих событий и информирование своей аудитории по интересующей ее тематике.

Финансовое положение многих периодических изданий весьма плачевно. Подавляющее большинство пользуются государственными или иными дотациями. Многие периодические издания активно прибегают к финансовой помощи так называемых спонсоров, в качестве которых чаще всего выступают государственные предприятия, коммерческие структуры и общественные организации.

Особенно трудным является положение качественных журналов, ориентированных на работников науки и культуры. Резко сузившиеся материальные возможности этой категории населения, незаинтересованность рекламодателей делают будущее таких изданий весьма проблематичным.

Несмотря на общеизвестные трудности, журналы и газеты по-прежнему играют достаточно значимую роль в жизни россиян. В возрастном интервале 35–55 лет подавляющее большинство населения ежедневно знакомятся с прессой. Чем выше образование, тем больше интереса проявляется к прессе.

Вместе с тем совершенно очевидно, что основным источником информации для населения России в ближайшие годы станут телевидение и радио. Уже сейчас почти 90 процентов населения России именно из телевизионных передач узнают о событиях в стране. На втором месте в качестве источника информации стоит радио и на третьем – печать.

Поэтому анализ перспектив развития печатного комплекса массовой информации может быть осуществлен только при условии внимательного изучения процессов, происходящих в средствах электронной коммуникации.

Проблема "выживания" газеты и журнала в современном обществе – это прежде всего и главным образом вопрос выбора верной стратегии. Если раньше газеты были единственным источником первичной информации в обществе (если не считать обычного общения людей между собой), то сегодня пресса уже не выполняет этой функции – здесь лидерство перешло к радио и телевидению. Но газета и журнал могут и должны оставаться источником интерпретации того, что происходит, они значительно лучше чем радио и телевидение



помогают разобраться в сложных явлениях, дать точные объяснения, представить фон и контекст проблемы, перспективы ее развития и разрешения. Словом, девизом современных печатных средств коммуникации должно стать анализ и объяснение, а не только и не столько информирование.