

УДК 070.1  
ББК 76.12

**И.Н. ДЕМИНА**  
*доктор экономических наук, профессор  
Байкальского государственного университета экономики и права,  
г. Иркутск  
e-mail: demina-in@isea.ru*

## ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕДИАСИСТЕМЫ: ОБЩИЕ ПОДХОДЫ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

---

Статья является первой из цикла статей, посвященных трансформации российской медиасистемы. Дается характеристика роли и места масс-медиа в социальной трансформации. Перечисляются изменения медиа. Характеризуется деятельность отраслевого регулятора. Перечисляются функции отраслевого регулятора. Обозначаются направления технологической трансформации СМИ.

*Ключевые слова:* трансформация медиасистемы, социальная трансформация, регулирование и саморегулирование масс-медиа, субъекты регулирования в СМИ, технологическая трансформация медиа.

---

**I.N. DEMINA**  
*Doctor of Economics, professor of Baikal National University  
of Economics and Law, Irkutsk  
e-mail: demina-in@isea.ru*

## MEDIA SYSTEM TRANSFORMATION: GENERAL APPROACHES AND TECHNOLOGICAL ASPECT

---

This article is the first one from the cycle of articles about the media system transformation. The mass media role and place in the social transformation are given. Media transformation changes are enumerated. The performance of a industry regulator is characterized. The functions of a industry regulator are enumerated. Some directions of mass media technological transformation are identified.

*Keywords:* media system transformation, social transformation, mass media regulation and self-regulation, subjects of regulation in mass media, technological transformation.

---

В настоящее время в социуме происходят ускоряющиеся перемены, требующие от науки адекватного реагирования. Новые явления нуждаются в научном осмыслении, обосновании соответствующей терминологии и ее применения, наполнении новых направлений релевантным содержанием и внедрении современных теоретических представлений в социальную практику. Это касается всех социально-экономических наук, в том числе теории журналистики.

Перемены в обществе достигли таких глубин и масштабности, что носят характер трансформации политико-экономической системы России. О такой трансформации говорят специалисты разных отраслей науки, но, пожалуй, чаще и больше всего о ней пишут экономисты (см., напр.: [1; 3; 5 и др.]), исследуя и анализируя экономическую трансформацию, ее факторы и последствия. Экономические перемены являются одновременно и причиной, и следствием перемен

в других сферах жизнедеятельности: технологической, социальной, культурной и т.д. Широта и глубина изменений в обществе таковы, что социологи (см.: [6]) обратились к термину социетальной трансформации, имея в виду, что «социетальное» — понятие, используемое для характеристики общества в целом, всей системы общественных отношений (экономических, социальных, политических и т.д.) [8].

Рассматривая современные общественные процессы, крупный социолог и экономист Т.И. Заславская отмечает, что «трансформационные процессы отличаются от обычной социальной динамики, во-первых, большей глубиной и, во-вторых, системностью; они меняют не частные, а самые общие главнейшие характеристики, определяющие природу общества. ...Идея социетального трансформационного пространства отражает и связывает воедино...:

- целенаправленное реформирование базовых институтов,
- полустихийные сдвиги в социальной структуре,
- слабо управляемые изменения человеческого потенциала» [6].

Перечисленные трансформационные изменения затрагивают все стороны функционирования средств массовой информации: и сами масс-медиа, и потребителей информационного продукта (аудитория — физические лица, государственные учреждения, субъекты бизнеса).

С одной стороны, средства массовых коммуникаций являются в определенной мере «зеркалом» социетальной трансформации (обратная связь в системе «средства массовой информации—социум»). С другой стороны, масс-медиа являются «локомотивом» социетальной трансформации в результате прямой связи в системе взаимодействия масс-медиа с социумом (рис.).

На рисунке показано, что средства массовой информации, если их рассматривать как самостоятельный общественный институт, являются открытой социально-экономической системой, одной из целей которой является отражение среды, другой — воздействие на трансформационные процессы, происходящие в политической, экономической, социальной сферах, области культуры, национальных и других от-

ношений. Обратные связи в данной системе показывают, что изменения, происходящие в обществе, находят свое отражение в содержании СМИ (медиаконтенте). Каким образом происходит это отражение, насколько оно объективно и релевантно, — исследуется теорией журналистики и коммуникативистикой.



Прямые и обратные связи в системе «СМИ—социум»

Одновременно теорией журналистики исследуются результаты воздействия средств массовой информации на социум, которые проявляются в реализации прямых связей — влиянии контента самих СМИ (медиаконтента) на внешнюю среду, социум, включающий все аспекты его функционирования (те же политическая, социальная, экономическая и другие сферы). На рисунке также показаны взаимосвязи между названными сферами, которые особым образом взаимодействуют между собой и оказывают влияние друг на друга. Именно поэтому представители разных отраслей знаний и теоретики отечественной журналистики активно исследуют роль и место масс-медиа в трансформации идеологической, политической, культурной и других сфер [4].

Такое тесное взаимодействие, вследствие особого места средств массовой информации в социально-экономической системе общества, приводит к трансформации самой медиасистемы, что становится очевидным, если мы обратимся к социаль-

ной практике. Перечисленные изменения являются основой и двигателем журналистики как социальной практики и научной дисциплины. Можно говорить о возникновении новых практических направлений в журналистике и, соответственно, об отражении их в научных исследованиях и появлении новых научных дисциплин (например, экономическая журналистика).

Аспекты социетальной трансформации (целенаправленное реформирование базовых институтов, полустихийные сдвиги в социальной структуре, слабо управляемые изменения человеческого потенциала) находят подтверждение и отражение в журналистской теории и практике. Так, очевидно, что средства массовой информации в своей целостности (медиасистема) являются базовым общественным институтом. С момента вхождения СМИ в рынок реформирование медиа выражалось в основном в отказе государства от финансирования и внедрении механизма саморегулирования (посредством инструментов информационного и медийного рынков).

Более чем десятилетняя практика функционирования СМИ в рыночных условиях России показала, что саморегулирование масс-медиа исключительно посредством рыночного механизма не в состоянии решить ни проблем самих СМИ, ни проблем их взаимодействия с общественностью. Рыночные отношения предполагают, что главной целью масс-медиа как субъекта медиабизнеса являются получение и максимизация прибыли, следовательно, они ориентируют средства массовой информации только на удовлетворение потребностей основных, как правило, наиболее платежеспособных и представляющих интерес для рекламодателей потребителей СМИ. Целенаправленно рынок не может трансформировать масс-медиа:

– ни технологически (внедрение инновационных технологий требует больших инвестиций);

– ни организационно (с целью координации деятельности разных по формам собственности, типам, проблематике, жанровому разнообразию, удовлетворению потребностей малых аудиторий и т.д. СМИ);

– ни идеологически (формирование цели функционирования СМИ, единого ин-

формационного пространства государства, государственной идентичности, ценностей аудитории, информационной социокультурной безопасности).

Трансформация медиасистемы является требованием времени и откликом на технологические, идеологические и другие направления социальной трансформации. Если медиасистема является одним из важнейших базовых институтов и проникает буквально во все сферы жизнедеятельности общества, пронизывает их, следовательно, к ним можно применить положения социетальной трансформации.

К первому аспекту социетальной трансформации относится целенаправленное изменение базовых институтов общества. Социология определяет социальный институт как относительно устойчивую форму организации социальной жизни, обеспечивающую устойчивость связей и отношений в рамках общества. Социальный институт следует отличать от конкретных организаций и социальных групп [7]. Конкретнее: социальный институт — совокупность норм, предписаний и требований, связанных с определенной организационной структурой, посредством которых общество контролирует и регулирует деятельность людей в наиболее важных сферах общественной жизни. Социальными институтами являются: собственность, государство, политические партии, семья, церковь, трудовые организации, учреждения образования и воспитания, наука, средства массовой информации [2].

Поскольку медиасистема является ключевым, базовым институтом и связана особым образом с другими базовыми институтами социума, к ней можно применить аспекты социетальной трансформации (технологическая структура, социальная структура, человеческий потенциал) и интерпретировать их как более или менее целенаправленные.

Основным актором в целенаправленном реформировании средств массовой информации остается государство, прежде всего в лице Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям (Роспечать) в составе Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. Такая конфигурация отраслевого регулятора в сфере СМИ имеет свою историю.

В рамках реализации государственной политики в сфере СМИ в 2008 г. произошел очередной этап административной реформы — образование Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, переподчинение Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям Минкомсвязи России и создание Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). В итоге индустрия связи, IT-технологий и СМИ РФ обрела единый управленческий инструмент, что должно привести к повышению эффективности государственной политики в этих сферах экономики.

В этом же 2008 году Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций дважды реорганизовывалась: весной на базе Россвязьохранкультуры были созданы Россвязькомнадзор и Росохранкультура, а осенью Россвязькомнадзор был преобразован в Роскомнадзор. Этот федеральный орган призван решать многие проблемы, связанные с повышением эффективности государственного регулирования деятельности печатных СМИ, включая исполнение ими законов «О СМИ», «Об экстремистской деятельности», «Об обязательном экземпляре документов». Кроме того, Роскомнадзор должен осуществлять защиту интеллектуальной собственности и прав журналистов, организацию борьбы со спамом, пропагандой порнографии, культа насилия и жестокости в СМИ.

Роспечать осуществляет целенаправленную деятельность по руководству медиасистемой России, в том числе по текущему управлению СМИ (в области телерадиовещания и средств массовых коммуникаций, периодической печати, книгоиздания и полиграфии, правоприменительной деятельности в сфере СМИ и управления государственным имуществом и приватизацией) и по трансформации медиасистемы.

Деятельность Роспечати в определенном смысле ограничена: непосредственному государственному управлению подчиняются только СМИ, учредителями которых являются юридические лица государственной формы собственности. Частные медиапредприятия разных организационно-правовых

форм (АО, представители международных медиакорпораций, общества с ограниченной ответственностью) напрямую не могут подчиняться отраслевому регулятору и управляться им. В этом случае он выполняет функции координатора.

Трансформация медиасистемы в настоящее время наиболее заметна в технологической сфере. Технологическая трансформация медиасистемы проявляется во взрывном научно-техническом прогрессе: компьютеризации и внедрении информационно-коммуникационных технологий, появлении «новых» медиа (кабельные сети, спутниковые телеканалы, интегрированные гибридные цифровые телекоммуникационные сети: Интернет, сети мобильной телефонии, сети технологий Wi-Fi и Wi-Max и др.), «дигитализации» («цифровизация») содержания масс-медиа. Во многом этот процесс происходит полустихийно в результате частных инвестиций в медиаотрасль и в зависимости от возможностей домохозяйств — потребителей СМИ. Государство осуществляет отдельные направления (проекты), которые просто невозможно развивать посредством рынка.

Основным направлением целенаправленной российской технологической трансформации медиа является выполнение федеральной целевой программы «Развитие цифрового телерадиовещания в РФ на 2009–2015 годы» с бюджетом 127,3 млрд р. (более 4 млрд дол.). Программа с таким бюджетом может быть осуществлена только посредством государственных инвестиций и прямого государственного управления. Она предполагает перевод эфирного телерадиовещания в цифровой формат, в результате чего будет создано три цифровых пакета (мультиплекса), в которые войдут от 20 до 24 телеканалов. Проект такого масштаба может быть осуществлен только с помощью федерального финансирования и координации отраслевого регулятора (Роспечать), однако два мультиплекса для вещания «необязательных» телеканалов будут созданы на собственные средства вещателей, планирующих транслировать в них свои программы. Таким образом, в технологической сфере телерадиовещания целенаправленная деятельность государства очевидна.

**Список использованной литературы**

1. Архангельский В.Н. Рыночные трансформации в России (социально-экономические аспекты развития). М., 2005.
2. Глоссарий.Ru: слов. по обществ. наукам [Электронный ресурс]. URL: <http://slovari.yandex.ru>.
3. Кушлин В.И. Траектория экономических трансформаций. М., 2004.
4. Малинова О.Ю. Идеологический плюрализм и трансформация публичной сферы в постсоветской России // Полис (Политические исследования). 2007. № 1. С. 6–21.
5. Минервин И.Г. Зарубежные исследователи о путях трансформации российской экономики: многообразие подходов, сходство выводов (обзор) // Россия и современный мир. 2001. № 4.
6. Социальные трансформации в России в эпоху глобальных изменений: докл. акад. РАН, д-ра экон. наук Т.И. Заславской, д-ра филос. наук, декана социол. фак. ГУГН В.А. Ядова на открытии 3-го Социол. конг. 21 окт. 2008 г. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.isras.ru/publication\\_bank/1225398577.pdf/](http://www.isras.ru/publication_bank/1225398577.pdf/).
7. Энциклопедия социологии [Электронный ресурс]. URL: <http://slovari.yandex.ru>.
8. Яценко Н.Е. Толковый словарь обществоведческих терминов. 1999 [Электронный ресурс]. URL: <http://google.ru>.

**Bibliography (transliterated)**

1. Arkhangel'skiy V.N. Rynochnye transformatsii v Rossii (sotsial'no-economicheskie aspekty razvitiya). M., 2005.
2. Glossariy.Ru: slov. po obshchestv. naukam [Elektronnyi resurs]. URL: <http://slovari.yandex.ru>.
3. Kushlin V.I. Traektoriya ekonomicheskikh transformatsiy. M., 2004.
4. Malinova O.Yu. Ideologicheskii plyuralizm i transformatsiya publichnoy sphery v postsovetsoy Rossii // Polis (Politicheskii issledovaniya). 2007. № 1. S. 6–21.
5. Minervin I.G. Zarubezhnye issledovateli o putyakh transformatsii rossiiskoy ekonomiki: mnogoobrazie podkhodov, skhodstvo vyvodov (obzor) // Rossiya i sovremennyy mir. 2001. № 4.
6. Sotsial'nye transformatsii v Rossii v epokhu global'nykh izmeneniy: dokl. akad. RAN, d-ra econ. nauk T.I. Zaslavskoy, d-ra philos. nauk, dekana sotsiol. fak. GUGN V.A. Yadova na otkrytii 3-go Sotsiol. kong. 21 okt. 2008 g. [Elektronnyi resurs]. URL: [http://www.isras.ru/publication\\_bank/1225398577.pdf/](http://www.isras.ru/publication_bank/1225398577.pdf/).
7. Entsiklopediya sotsiologii [Elektronnyi resurs]. URL: <http://slovari.yandex.ru>.
8. Yatsenko N.E. Tolkovyi slovar' obshchestvedcheskikh terminov. 1999 [Elektronnyi resurs]. URL: <http://google.ru>.