

## РОССИЯ НА ПУТИ ПОСТРОЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА (ФЕДЕРАЛЬНЫЙ И РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ)

© 2008 В.В. Колобов

*Воронежский государственный университет*

Глобализация и новые коммуникационные технологии стали неотъемлемыми атрибутами современного мира. Происшедшие в последней четверти XX века в США, Японии, ряде развитых стран Европы глубокие структурные преобразования в сфере экономики, прежде всего в наукоёмких отраслях, вызвали бурное развитие индустрии знаний и связанных с ней технологий передачи и обработки информации, всеобщую компьютеризацию и появление разветвлённых информационных систем.

По сути, информация в XXI веке становится таким же стратегическим фактором развития, как и материальные и энергетические ресурсы. Производство и потребление массовой информации приобретает глобальный характер и приводит к становлению единого социокультурного пространства, к разрушению национальных границ, к появлению транснациональных связей. Этот процесс нельзя охарактеризовать однозначно, он многомерен, имеет как положительные, так и отрицательные стороны, и нуждается в теоретико-методологическом и философско-социологическом исследовании.

По мнению М.Н. Грачёва, с созданием Всемирной компьютерной сети человечество практически вступило в фазу формирования и поддержания в актуальном состоянии единой общемировой информационно-коммуникационной среды, и «киберпространство, ещё совсем недавно доступное лишь высококвалифицированным программистам, на наших глазах трансформируется в информационное поле социально-экономического, политического и культурного развития всего сообщества, позволяющее обеспечить необходимыми сведениями отдельных граждан, их различные объединения, предприятия, органы власти и управления» [1, 1].

Россия ставит перед собой амбициозные цели — в ближайшие годы войти в пятёрку ведущих экономик мира, в четыре раза поднять производительность труда, обеспечить качественно

новый уровень жизни граждан. При этом ставка делается не на пресловутую торговлю нефтью, а на инновационный путь развития.

Решение важнейших экономических и социальных задач невозможно без построения в России подлинно демократического, правового и информационного общества.

Как показывает мировой опыт, информационное общество в своём развитии проходит четыре основных этапа: **базовый, цифровой, сетевой и социального партнерства.**

На первом этапе происходит формирование **системы коммуникационных связей** между государством и обществом, основу которой составляют прежде всего радио, телевидение, печатные СМИ. На втором — наблюдается насыщение этой системы **цифровыми и сотовыми видами техники**, осуществляется переход к производству и предоставлению информационных услуг на базе прежде всего **цифровых технологий**. На третьем — обеспечивается **повсеместный доступ к знаниям**, а также возможность реального контроля за деятельностью государства со стороны гражданского общества. На четвертом — создаются возможности для конструктивного и равноправного сотрудничества **между населением и властью**, формируется рынок **высококачественных информационных услуг**, в полной мере отвечающим потребностям общества.

Несмотря на накопленный опыт во второй половине XX века в научной и технической сферах, Россия явно задержалась в разработке современных программ, учитывающих проблематику информационного общества.

По мнению Я.Н. Засурского, в нашей стране развитие информационного общества было ограничено тремя факторами. Первый из них — доступ к средствам связи. Любыми видами связи население страны пока обеспечено плохо, вдобавок эти услуги стоят очень дорого. Второй фактор — доступ к компьютерам, которые по-прежнему стоят слишком дорого для обычного жителя. Третий фактор — доступ к Интернету. Он также очень

ограничен. Развивать формы общественного универсального доступа к Интернету чрезвычайно полезно с точки зрения социальных интересов, так как это дает возможность малоимущим слоям населения овладеть информационно-коммуникационными технологиями (ИКТ), получать необходимую информацию [2].

В последние годы ситуация стала меняться к лучшему. В стране сейчас созданы необходимые правовые и технические предпосылки для решения указанных задач.

Первым шагом стало подписание в 1998 году совместного заявления Правительства РФ и Комиссии Европейских Сообществ о сотрудничестве в сфере создания в России информационного общества и его интеграции в общеевропейское информационное пространство.

В том же году Комитетом по информационной политике и связи Государственной Думы РФ была разработана **Концепция государственной информационной политики**. Эта концепция была одобрена Постоянной палатой по государственной информационной политике Политического консультативного совета при Президенте РФ и опубликована в прессе для широкого обсуждения.

В 1999 году Концепция государственной информационной политики была рассмотрена и одобрена на заседании Межведомственной государственной комиссии по информатизации при Госкомсвязи РФ.

9 сентября 2000 года Президентом РФ была утверждена **Доктрина информационной безопасности Российской Федерации**, которая представляет собой совокупность официальных взглядов на основные цели, задачи, принципы и направления деятельности государства в информационной сфере.

25 июля 2007 года Совет Безопасности Российской Федерации утвердил **Стратегию развития информационного общества в России**.

Этот документ был разработан по поручению Президента России В.В. Путина межведомственной рабочей группой с участием представителей аппарата Совета Безопасности Российской Федерации, Мининформсвязи России, Росинформтехнологии и других заинтересованных федеральных органов исполнительной власти, при поддержке Центра развития информационного общества и Института развития информационного общества. Он был подготовлен с учётом международных обязательств России, Доктрины информационной безопасности РФ, федеральных законов, а также нормативно-правовых актов Правительства РФ, определяющих направления социально-экономического развития, повышения эффективности государственного управления и взаимодействия органов государственной власти и гражданского общества в Российской Федерации.

В нём учтены основные положения Окинавской хартии глобального информационного общества, Декларации принципов построения информационного общества, Плана действий Тунисского обязательства и других международных документов, принятых на Всемирной встрече на высшем уровне по вопросам развития информационного общества.

Главными целями Стратегии являются **улучшение качества жизни граждан, повышение конкурентоспособности страны, обеспечение её информационной безопасности, расширение взаимовыгодного международного сотрудничества**.

Финансирование мероприятий, заложенных в программу, предусматривается за счёт средств бюджетов всех уровней Российской Федерации, а также внебюджетных источников.

В результате реализации Стратегии в России к 2015 году должны быть достигнуты следующие показатели:

- место Российской Федерации в международных рейтингах в области развития информационного общества – в числе 20 ведущих стран мира;
- уровень доступности населения к базовым услугам в сфере информационных и коммуникационных технологий – 100%;
- уровень использования линий широкополосного доступа на 100 человек населения за счёт всех технологий: к 2010 году – 15 линий и к 2015 году – 35 линий;
- наличие персональных компьютеров, в том числе подключённых к сети Интернет, – не менее чем в 75% домашних хозяйств;

Становлению и развитию информационного общества призвана способствовать федеральная целевая программа **«Электронная Россия (2002–2010 годы)»**. На реализацию её основных положений планируется выделить в общей сложности 77 млрд 179 млн рублей.

Аналогичные документы приняты в субъектах Российской Федерации, в частности, в Воронежской области.

Воронежская областная Дума в ноябре 2005 года утвердила представленную администрацией области региональную целевую программу **«Информатизация Воронежской области на 2006–2010 годы»**. Основными её целями определены повышение эффективности региональной экономики, государственного управления и местного самоуправления за счёт внедрения и массового распространения ИКТ; создание интегрированного телекоммуникационного пространства; обеспечение прав на свободный поиск, получение, передачу, производство и распространение информации.

Всего на реализацию данной программы предполагается направить 449 млн 231 тыс. руб-

лей, в том числе: средства федерального бюджета — 16 млн 920 тыс. рублей, средства областного бюджета — 431 млн 311 тыс. рублей, собственные средства организаций — 1 млн рублей.

Правовую основу программы составляют Конституция Российской Федерации, федеральные законы и другие нормативные правовые акты Российской Федерации и Воронежской области, регламентирующие вопросы использования информационных технологий в деятельности органов государственной власти, органов местного самоуправления, хозяйствующих субъектов и населения, в том числе: Федеральный закон от 7 июля 2003 года № 126-ФЗ «О связи»; Федеральный закон от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»; Федеральный закон от 10 января 2002 года № 1-ФЗ «Об электронной цифровой подписи»; Постановление Правительства Российской Федерации от 12 февраля 2003 года № 98 «Об обеспечении доступа к информации о деятельности Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти».

В определении роли процессов информатизации в совершенствовании существующей системы государственного управления программа опирается на основные положения Федерального закона от 6 октября 2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»; Федеральной целевой программы «Электронная Россия (2002–2010 годы)» в редакции Постановления Правительства Российской Федерации от 15 августа 2006 года № 502; Концепции региональной информатизации до 2010 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 июля 2006 года N1024-р [3].

Важнейшую роль в построении информационного общества в России играют **средства массовой информации (СМИ)**, которые претерпевают в последние десятилетия серьезные изменения в связи с процессами глобализации и интеграции.

По словам руководителя Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям М.В. Сеславинского, в настоящее время российский рынок прессы по темпам роста продолжает оставаться одним из мировых лидеров. Это признали и участники 59-го Всемирного конгресса и 13-го Форума главных редакторов Всемирной газетной ассоциации (WAN), состоявшихся в Москве 4–7 июня 2006 года. Московский конгресс и Форум WAN собрали рекордное количество руководителей мировой газетной отрасли — более 1700 издателей, редакторов, лидеров международных и национальных ассоциаций прессы, руководи-

телей ведущих мировых агентств из более чем 100 стран мира, известные политики, деятели экономики и культуры [5].

В центре внимания Конгресса газетных издателей были инновационные стратегии и подходы, повышающие коммерческую эффективность газет в условиях растущей конкуренции со стороны альтернативных каналов распространения информации.

Форум редакторов, в свою очередь, сосредоточился на наиболее успешных приемах привлечения к чтению газет молодых людей, представляющих так называемое «новое поколение бесплатной информации», для которых газета в её традиционном, «бумажном» виде — лишь один из множества информационных каналов.

Для российских участников Конгресс и Форум стали прежде всего открытой площадкой, давшей возможность получить из первых рук информацию о ситуации в мировой газетной индустрии, обсудить с зарубежными коллегами пути и стратегию развития современных газет как бизнеса.

По данным Россохранкультуры, в 2007 году в Российской Федерации были зарегистрированы 71 954 средства массовой информации, из них 59 184 печатных. В сравнении с 2005 годом количество зарегистрированных печатных СМИ выросло на 10,7 процента. При этом количество реально выходящих в стране газет и журналов остаётся неизвестным. По мнению экспертов, таких изданий не более 50% от числа занесённых в федеральный каталог. Зарегистрировав сразу несколько изданий со схожими наименованиями, учредители СМИ зачастую так и не приступают к их выпуску либо выпускают одно из них. Это делается с целью оградить своё издание в будущем от конкуренции.

Общий тираж российских газет (всего около 400 наименований) в 2005 году составлял 8 млрд 312 млн экземпляров. В 2006 году этот показатель едва превысил 8 млрд экземпляров.

Постепенное сокращение газетных тиражей связано в первую очередь с демографическими факторами и со снижением общего интереса жителей страны, особенно молодежи, к печатным СМИ как источнику оперативной информации.

Как считает В.В. Тулупов, существенное влияние на этот процесс оказывают имеющиеся в нашей стране объективные проблемы с распространением печатной периодики, высокие расценки на почтовые и типографские услуги, перераспределение рекламы среди основных операторов, удорожание аренды, люмпенизация читательской аудитории и другие причины [6, 6].

Кардинальные изменения во всей системе массовой коммуникации в нашей стране вызвало бурное развитие в начале 90-х годов прошлого столетия Интернета. Основными этапами его

становления можно назвать создание в 1994 году сети российских университетов RUNNet, реализацию с 1995 года Государственной программы построения Национальной сети компьютерных телекоммуникаций для науки и высшей школы (RBNNet), формирование региональных научно-образовательных компьютерных сетей, появление в начале XXI века качественно нового Web-2,0.

В докладе Всемирной газетной ассоциации (WAN) «Новые редакционные концепции» отмечена общемировая тенденция развития медиaproстранства: экономически сильные редакции газет и издательства стремятся овладеть современными формами и методами сбора, обработки и распространения разнообразного контента, превращаясь таким образом в своеобразные информационные агентства, использующие в своей деятельности все доступные каналы коммуникации — бумажные носители, Интернет, сотовую связь, ТВ, радио и другие [4].

Новые вызовы времени и имеющиеся проблемы заставляют редакции газет и журналов активно переходить на современные бизнес-модели, технологии и форматы, радикально модернизировать свою работу, в корне пересматривать маркетинговую политику, выстраивать эффективные отношения с читателями и рекламными клиентами, правильно позиционировать себя на фоне ТВ, радио, Интернета и стремительно растущих сетевых СМИ.

Эти тенденции наглядно видны на примере Воронежской области, которая по праву является одним из авторитетных журналистских центров Российской Федерации. В начале 90-х годов прошлого века в регионе резко снизились тиражи периодических изданий. Наибольшие потери понесли общероссийские, общенациональные издания («Аргументы и факты», «Труд», «Комсомольская правда», «Известия» и др.), их тиражи снизились в 11,5-42 раза. Существенно — в 3-5 раз — сократилось число подписчиков у ведущих областных изданий («Коммуна», «Воронежский курьер», «Молодой коммунар»).

На этом фоне относительно стабильно выглядит положение районных газет: их суммарный тираж уменьшился не столь существенно — с 270 тыс. экземпляров до 160 тыс. экземпляров.

Одновременно в Воронежской области растёт число новых СМИ. За последние пять лет этот рост составил почти 25 процентов. В настоящее время в области зарегистрировано 415 наименований СМИ. Современную воронежскую журналистику представляют 292 печатных издания, около 100 телевизионных и радиовещательных программ, 23 информационных агентства [7, 46].

Реализуя **государственную информационную политику**, Федеральное агентство по печати и

массовым коммуникациям (Роспечать) определило главные ориентиры на ближайшие годы. В сфере развития теле- и радиовещания такими приоритетными направлениями являются:

- достижение максимального охвата населения страны социально значимым пакетом телерадио-программ федерального и регионального уровней;
- обеспечение перехода на новый технический уровень вещания, включая замену аналогового телерадиовещания цифровым; расширение цифровой приемной аппаратуры, доступной рядовому потребителю;
- развитие вещания на страны ближнего и дальнего зарубежья и международного телерадиообмена с целью достойного представления России за рубежом и её интеграции в мировое информационное пространство.

По сравнению с предыдущими годами гораздо больше внимания Агентство уделяет российским информационным агентствам. Основной акцент делается на развитие их конкурентоспособности, а также на осуществление государственной поддержки их деятельности по продвижению информационной продукции на зарубежные рынки.

Важнейшим направлением государственной информационной политики в России является совершенствование **федерального и регионального законодательства** в сфере функционирования СМИ. К положительным тенденциям можно отнести разработку механизма правового регулирования деятельности СМИ, ограничение попыток произвола со стороны властей, действие на территории России норм международного права и другие.

Негативные тенденции связаны прежде всего с несовершенством правовых отношений между редакциями и различными субъектами информационной деятельности, в том числе органами государственной власти, бизнеса, политических институтов. До сих пор не отрегулированы вопросы защиты журналистов и членов их семей в конфликтных ситуациях, связанных со сбором и публикацией информации (шантаж, заведение уголовных дел, угрозы, давление и т. д.). Отсутствуют эффективные механизмы антимонопольного законодательства, ограничивающие процессы концентрации, монополизации, коммерциализации печати, телевидения и радиовещания, с одной стороны, и препятствующие возрождению экономического и политического диктата со стороны государства, с другой.

Настало время разработать и принять законы о праве на информацию, об охране персональных данных, о телевидении, внести изменения в действующее законодательство об охране авторских и смежных прав, о средствах массовой информации, об участии в международном информационном обмене.

Россия вступила в новую эру огромных возможностей — эру информационного общества и расширения сферы человеческого общения. И очень важно, чтобы принимаемые на этом пути меры вели к расширению всех прав и свобод человека, информационного поля личности, различных социальных групп и организаций, способствовали более активному использованию современных коммуникационных технологий.

Представители народов мира, собравшиеся в Женеве 10–12 декабря 2003 года для проведения первого этапа Всемирной встречи на высшем уровне по вопросам информационного общества, сформулировали главные принципы и цели деятельности в этом направлении, исходя из общечеловеческих ценностей. Они заявили об общем стремлении и решимости построить ориентированное на интересы людей, открытое для всех и направленное на развитие информационное общество, в котором каждый мог бы создавать информацию и знания, иметь к ним доступ, пользоваться и обмениваться ими, с тем, чтобы дать отдельным лицам, общинам и народам возможность в полной мере реализовать свой потенциал, содействуя своему устойчивому развитию и повышая качество своей жизни на основе Устава Организации Объединенных Наций и соблюдая в полном объеме и поддерживая Всеобщую декларацию прав человека.

Происходящие политические и экономические перемены убедительно показывают, что Россия — это страна не только газовых и нефтяных труб, природных месторождений и сырьевых ресурсов, но и передовых информационных и ком-

муникационных технологий. Страна, уверенно идущая по пути построения информационного, правового и демократического общества.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Грачёв М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития / М.Н. Грачёв. — М.: Прометей, 2004. — 328 с.
2. Засурский Я.Н. Информационное общество и СМИ / Я.Н. Засурский. — [http://www.mediascope.ru/index.php?option=com\\_content&task=view&id=85&Itemid=45](http://www.mediascope.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=85&Itemid=45).
3. Официальный Интернет-портал администрации Воронежской области. — <http://www.govvrn.ru/wps/wcm/connect/Voronezh/AVO/Main>.
4. Российский рынок периодической печати. 2007 год. Состояние, тенденции и перспективы развития. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. — <http://www.fapmc.ru/Reports/item71.html>.
5. Сеславинский М.В. Доклад о результатах деятельности Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям в 2005–2007 годах и основных направлениях деятельности на 2008 год и на период до 2010 года / М.В. Сеславинский. — <http://fapmc.ru/Reports/item71.html./item70.html>.
6. Тулупов В.В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама: Новые тенденции в издании газет / В.В. Тулупов. — Воронеж: Кварта, 2001. — 320 с.
7. Щёлоков И.А. Становление и развитие государственных СМИ Воронежской области // И.А. Щёлоков. — Акценты. Новое в массовой коммуникации. — 2007. — № 1-2. — С. 46-48.