**Александр Щипков: «Надо подумать об ограничении социал-расистской и русофобской риторики»**

Александр Щипков

Опубликовано: газета “Культура”, 14 мая 2020 г.

Ссылка:https://portal-kultura.ru/articles/country/326403-aleksandr-shchipkov-nado-podumat-ob-ogranichenii-sotsial-rasistskoy-i-rusofobskoy-ritoriki/

Ситуация с российскими масс-медиа была напряженной и до пришествия его величества COVID-19. После же недель «самоизоляции» и «удаленки» стало ясно: в прежнем виде отрасль (как и многие другие) уже не восстановится. Одни издания будут окончательно добиты карантинным простоем, другим придется резко переформатироваться. Но поскольку жизнь после коронавируса, как мы надеемся, все же продолжится, а масс-медиа — неотъемлемая составная функционирования любого общества, то вопросы структурной перестройки этой важной сферы придется решать вместе с другими насущными проблемами. Как сохранить и поддержать действительно важные для российского общества СМИ? На эту тему с «Культурой» согласился поговорить философ, заместитель главы Всемирного русского народного собора, профессор Александр Щипков.

— Александр Владимирович, как вы считаете, нуждается ли нынешний российский закон о СМИ в существенных изменениях — может быть, в своеобразной суверенизации, как это сделали с Конституцией?

— Суверенный характер национального законодательства — необходимое условие суверенитета страны и ее народа. В норме он распространяется на всю правовую сферу, начиная с Основного закона. Безусловно, этот принцип касается и СМИ. Нужно ли его прописывать непосредственно в законе о СМИ — вопрос технической целесообразности. Но мне кажется, что это не помешало бы, ведь информационное поле относится к стратегическим сферам общественной жизни. Конечно, у нас были и остаются проблемы с суверенитетом, и Конституция 1993 года эти проблемы в полной мере отражает, особенно если учесть, как и в каких условиях она принималась и что этому предшествовало. Нам надо исправлять ситуацию. Это процесс медленный и сложный. Владимир Путин, как мы видим, системно им занимается.

Поскольку и государство, и общество испытывают постоянное информационное давление со стороны внешних политических конкурентов и компрадорских групп внутри страны, юридически формализовать суверенный характер информационного поля было бы полезно. В США в нулевые был принят Патриотический акт, а мы сейчас находимся под санкциями и тоже должны защищать себя. «Акт о регистрации иностранных агентов» действует в США вообще с 1938 года. И нам необходим Закон, требующий регистрации в качестве иностранных агентов медиаструктур, существующих на деньги иностранных спонсоров. Вполне естественно в условиях жесткой политической конкуренции идти тем же путем, что и наши соперники.

— Ведь масс-медиа остается пресловутой «четвертой властью»…

— Я бы сказал, что это довольно старый стереотип. СМИ — это медиаактивы, а информация — это товар. В связи с этим любая медийная точка зрения имеет вес и влияние, пропорциональные бюджету или административному ресурсу их владельца. В информационном поле выстраивается иерархия, а отнюдь не свободная конкуренция равноправных мнений.

— В закон о СМИ уже вносились поправки в прошлые годы, в частности — об ограничении зарубежной доли владения и капитала в российских СМИ. На масс-медиа распространился и закон об иноагентах… Что еще можно сделать?

— Конечно, ограничения по факту всегда существовали и существуют. Весь вопрос в том, какие. Ограничение доли владения — это общемировая практика. То же и с контентом: у нас запрещена пропаганда нацизма, например. И это прекрасно. Но есть и другие разрушительные информационные факторы. Я бы, например, подумал об ограничении социал-расистской и русофобской риторики, которой довольно много, о том, чтобы не было дискриминации людей по религиозной принадлежности. Также необходимо взять под контроль то, что разрушает психику нормального человека — информацию о самоубийствах, насилии. Но ограничение не должно означать замалчивания и игнорирования — со злом надо бороться. Только здесь нужны сухие отчеты, а не пропаганда.

— Есть три концептуальных подхода к сфере массовой информации. Первый — либеральный — полная свобода в рамках УК — с минимальными последствиями для СМИ (даже в случае нарушения закона). Второй — введение предварительной государственной цензуры по советскому типу или системы предупреждений от специального органа контроля с последующими драконовскими штрафами и приостановкой выхода (как было в России до Манифеста 1906). Третий — хозяйственное регулирование медиасферы со стороны государства — преференции и всемерная поддержка полезных изданий и максимальное финансовое затруднение работы разрушительных медиа. Что следует предпочесть?

— Цензура существует всегда, но не всегда открытая и декларативная, как это было в советском варианте. Отрицать это невозможно, поэтому модный когда-то спор на тему «сторонники — противники цензуры» является изначально демагогическим. Любой противник одного вида или направления цензуры неизбежно оказывается сторонником другого вида или направления. Он — информационный игрок, и его высказывания идеологически нагружены, неважно, осознает он это или нет. Если выбирать, то, конечно, подход дореволюционный представляется более эффективным, чем советский. Но он должен сочетаться с хозяйственным регулированием. Нельзя делать ставку только на цензуру. Вообще, в информационном поле наиболее действенны не запреты, а формирование позитивных информационных трендов, ответственной и актуальной повестки. Негатив должен вытесняться позитивом. И здесь, конечно, не обойтись без серьезного финансового регулирования со стороны государства. Это и политика кредитов и преференций, и расширение сферы государственной собственности в медиасфере (хотя, разумеется, частные СМИ тоже необходимы).

— Все последние годы медиарынок неизменно сужается: закрываются газеты и журналы, падают тиражи. Особенно это касается «бумажных» СМИ. Нужно ли государству что-то предпринять, чтобы не лишиться таких ресурсов влияния? Отдельный разговор про научно-популярные издания — частью закрывшиеся, частью выживающие из последних сил…

— Отчасти это объективный процесс. Бумажные СМИ как формат не успевают за ситуацией и перемещаются в сферу какой-то паралитературы. Почтенная профессия бумажного журналиста умирает. В центре информационного поля — цифровые СМИ. Именно здесь и должны быть сосредоточены усилия по формированию информационной политики. Это, конечно, необходимо для государства, это вопрос не только его безопасности, но и ответственности по отношению к обществу, которое нуждается как во всесторонней информированности, так и в информационной безопасности.

— Многие старые издания уходят полностью в интернет, в самой Сети рождаются новые и достаточно влиятельные медиа. Регулировать, перекрывать их каналы распространения, по определению, сложнее. Нет ли в этой интернетизации сферы СМИ угрозы государственной безопасности России? Сам интернет у нас ведь пока не суверенный...

— Конечно, такая угроза существует. Ситуация, когда хозяева серверов находятся в юрисдикции других государств, неестественна. Глобализация информационного пространства — это путь к куда большей авторитарности, чем регулирование местного информационного поля по национальному закону. Это надо понимать. Вопрос о суверенитете интернет-медиапространства — во многом технический. Китай решает эту проблему. И мы должны ее решить, иначе окажемся последними в этом ряду.

— Возможно ли в сегодняшней России превратить масс-медиа из средств манипулирования сознанием, коммерческих приложений к каталогам товаров в государственнические, созидательные и при этом действительно независимые, качественные издания, каким были, например, «Русский вестник» Каткова и «Новое время» Суворина?

— Я не уверен, что надо ориентироваться именно на формат уважаемого «Русского вестника»: все-таки это уже исторический реликт. И лишить СМИ пропагандистской составляющей невозможно, как и собственно идеологической. Но сама по себе идея селекции и инженерии в медиасфере очень верная. Это необходимо, для этого нужна продуманная финансовая политика со стороны государства и патриотических элит. Дом строится по кирпичику.

— Как, на ваш взгляд, изменится ситуация на рынке СМИ и государственные задачи, связанные с отраслью масс-медиа после окончания режима самоизоляции?

— Это непростой вопрос, поскольку последствия COVID-кризиса и связанной с ним самоизоляции еще не вполне ясны. Процесс не завершен, мы находимся внутри него. Сейчас даже невозможно сказать, когда закончится пандемия и экономика вернется на прежние рельсы, да и вернется ли она на них вообще. Ведь вирус склонен возвращаться, а иммунитет к нему вырабатывается плохо. Поэтому не исключено, что данная история может продлиться несколько месяцев как минимум. В этом случае экономике, а с ней и медиа, придется адаптироваться к новой ситуации и перестраиваться не временно, а фундаментально. К чему это может привести? Возможно, процесс «утечки» офлайновых медиапродуктов в Сеть ускорится. Возрастет ответственность за качество информации, возникнет необходимость как-то верифицировать и дифференцировать информационные потоки, официально выстраивать инфо- и медиаиерархии.

Поскольку одно дело — жаркие политические дискуссии и совсем другое дело, когда все находятся в одной лодке, а от своевременной и точной подачи информации зависит спасение жизней. В этом случае необходимо четкое ощущение границы между субъективно-оценочной и идеологически нагруженной информацией, с одной стороны, и фактологической, объективно-утилитарной — с другой. Эти два потока надо как-то разделить. Может возникнуть запрос на объективизацию и верификацию контента, в ряде случаев возникнут более жесткие форматы, повысится роль научного дискурса в медиасфере. Но это лишь предположения: всех последствий эпидемии мы с вами сейчас не предугадаем.