



**Сергей Давыдов:  
РОССИЯ НА ПУТИ  
ПРИНЯТИЯ ЦИФРОВЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ**

**Собеседник рубрики «Крупным планом» этого номера журнала «РАДИОФРОНТ» – Сергей Давыдов, ректор ФГБОУ ДПО «Академия Медиainдустрии», доцент Факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ Высшей школы экономики, социолог. Предметом нашего разговора стало соотношение всеобъемлющей дигитализации СМИ в рамках общей тенденции к «переходу на цифру» и традиционной журналистики.**



*Нора АРУТЮНЯН,  
Высшая школа экономики*

– Сергей Геннадьевич, в ноябре этого года в Москве прошла представительная конференция по цифровизации СМИ, оргкомитетом которой вы руководили. В чем актуальность темы этого форума? Насколько вообще можно рассматривать переход СМИ «на цифру» как непосредственный элемент грядущего нового экономического уклада?

– 9 ноября наша Академия медиаиндустрии при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям организовала конференцию «Медиаconstавляющая цифровой экономики». На ней обсуждались вопросы, касающиеся различных аспектов цифровизации, так или иначе связанных с медиа. Это и инновации в государственном управлении, и цифровая грамотность, и проблемы изучения новой среды – то, что актуально именно сейчас в России. Среди участников были также ученые и журналисты из Казахстана, Белоруссии, Киргизии, Узбекистана и Казахстана.

Надо признать, что сама концепция цифровой экономики – достаточно дискуссионная. Она была предложена еще в 1990-е годы и, по сути, описывает изменчивое состояние нашего общества. А для его характеристики есть и другие метафоры – например, «постиндустриальное», «информационное» общество. В последнее время много говорят про «четвертый этап индустриализа-



*С участниками конференции «Медиаconstавляющая цифровой экономики». Ноябрь 2018 г.*

ции». Надо иметь в виду, что все эти понятия отражают какие-то отдельные характеристики текущего момента.

Россия сейчас находится на определенном этапе принятия цифровых технологий, на котором активную роль играет государство. А ему необходимо модернизироваться, перестраивать себя. Это, с одной стороны, процесс сложный и болезненный, а с другой стороны, – необходимый и неизбежный. Здесь много возможностей и рисков. Их мы хотели обсудить, и надеюсь, наш разговор получился плодотворным.

– **Выступая на конференции, вы отметили, что «цифровая экономика – это не столько состояние, сколько направление, охватывающее различные стороны современ-**

**ного общества». Насколько вы лично подвержены этому «новому состоянию», при котором экраны различных цифровых устройств становятся определяющим атрибутом жизни, в том числе профессиональной?**

– С одной стороны, как и многие соотечественники, я пользуюсь стационарным компьютером, ноутбуком, смартфоном. Включен в современные информационные потоки, так называемую многоэкранную среду. С другой стороны, как исследователь медиакоммуникаций я смотрю на эти процессы со стороны. Стараюсь разобраться, что происходит с медийными институтами, с аудиториями, с контентом.

– **Останется ли, на ваш взгляд, в цифровом будущем место традиционным реалиям**

### классической журналистики – журналу «РАДИОФРОНТ» в печатной версии, например?

– О будущем печатной версии журнала «РАДИОФРОНТ» лучше, конечно, спросить у его издателей как у практиков. Но если говорить о классической журналистике, то я должен уточнить, что вы под ней понимаете. Печатную прессу начала XX века? Или, скажем, периода 1960-х годов? Профессии, связанные с медиа, серьезно трансформируются на наших глазах, и процесс этот начался не вчера. Меняются требования к компетенциям, социальные роли. Но неизменным остается основное предназначение профессионального журналиста – производить качественную информацию в интересах потребителей в самом широком смысле (и корпоративных потребителей, и общественных потребителей, и власти как одного из заказчиков). Мы давно не пишем гусиными перьями, но по-прежнему надеемся, что наши тексты будут прочитаны.

– В вашей кандидатской диссертации, защищенной, скажем так, на заре того века, вы подвергли социально-философскому анализу только нарождавшееся тогда явление – массовую сетевую коммуника-



### цию. Внесли ли время и технический прогресс коррективы в выводы, сделанные вами почти двадцать лет назад?

– Основным исследовательский вопрос моей кандидатской диссертации состоял в том, «работают» ли классические теории медиакommunikаций применительно к новым явлениям, то есть к Интернет-коммуникации и, в более широком контексте, в сетевой массовой коммуникации. Ответ я дал положительный и за прошедшие 20 лет не изменил свою точку зрения. Тексты П. Лазарсфельда, М. Маклюэна,

У. Шрамма и других видных исследователей актуальны и поныне. Другое дело, что цифровые коммуникации стремительно меняются. В 2000 году не было многого из того, к чему мы успели привыкнуть – например, социальных сетей или «айфонов».

– Наш журнал неоднократно опровергал пессимистичные настроения иных «экспертов», полагающих, что в ряде областей наша страна серьезно отстает от государств, занимающих ведущие позиции в производстве компьютерной техники и в информатизации в



«На конференции С. Давыдов заявил, что для эффективного развития цифровых СМИ необходимо «понимание стоящих задач и имеющихся возможностей, а также осознание угроз, в частности, проблем личной и коллективной информационной безопасности в «эпоху больших данных». Это актуальное высказывание: ведь некоторые узбекские медиа сейчас в самом начале пути к цифровизации. В полной мере это относится к газете «Мураббий», которой я руковожу. От души благодарна С. Давыдову, всем организаторам конференции и искренне надеюсь на продолжение плодотворного сотрудничества с Академией медиаиндустрии».

**целом. Как бы вы определили прогресс России в такой важной сфере, как новые медиа?**

– В этом вопросе я скорее пессимист. Есть группа стран, в которых развитие Интернета идет опережающими темпами, и Россия в нее не входит. Мы существенно отстаем от США, Великобритании, некоторых других государств по уровню проникновения цифровых технологий в различные сферы экономики. Об этом свидетельствуют результаты международных исследований Бостонской консалтинговой группы и некоторых других компаний. С другой стороны, в России складывается вполне самостоятельная, уникальная цифровая культура, растет уровень цифровой

**команды, имеющей разносторонний практический опыт, в частности, в области цифровой журналистики?**

– Вы сами сказали слова «цифровая журналистика», то есть подчеркнули роль технологий в процессе создания современных медийных продуктов. Сегодня журналист должен быть мультимедийным, интегрированным в цифровую среду, в которой существует его аудитория. Даже если он работает на традиционной площадке, например, в «бумажной» газете, не имеющей собственного



тельные командировки в Москву. Здесь онлайн открывает новые возможности. Мы хотим заниматься обучением в формате проектной работы. И, конечно, мы будем укреплять связи с медиаиндустрией, для которой мы ведем подготовку сотрудников. Образование все больше выходит за границы университетских кампусов. Для того, чтобы эффективно работать, необходимо постоянно повышать квалификацию, адаптируясь к изменяющимся условиям.

**– Какими качествами, на ваш взгляд, должен обладать журналист эры цифровых медиа?**

– На уровне общепрофессиональных компетенций мало что изменилось. Необходимо любить свою работу, быть достаточно грамотным и образованным для того, чтобы встраивать новости или события в культурный контекст. Журналист должен в каком-то смысле «гореть» своим делом, болеть за него. Так же примерно было и пятьдесят, и сто лет назад. А вот на уровне инструментов, технологий, действительно изменилось очень многое, и этому тоже надо учиться. Вот в этом наша Академия и видит свою основную миссию!

**– Спасибо вам за эту беседу!**

– Пользуясь случаем, хотел бы поздравить всех коллег по преподавательскому и журналистскому цеху с Новым годом и заверить, что Академия медиаиндустрии готова к продуктивному диалогу со всеми, кто разделяет наши ценности.



*Со студентами Высшей школы экономики, где С. Давыдов преподает уже почти 10 лет*

грамотности. У нас есть международные проекты очень серьезного уровня, например, «Яндекс» или «ВКонтакте». Поэтому в мировой цифровой экосистеме мы занимаем важное место.

**– Недавно вы в качестве ректора возглавили Академию медиаиндустрии – учебное заведение с многолетней традицией и устоявшейся репутацией в профессиональном сообществе. Каких новых направлений повышения квалификации работников российских СМИ стоит ожидать в связи с приходом вашей**

сайта, все равно он пользуется Интернетом – для общения с коллегами и информантами, сбора и обработки информации. Это одно из ключевых направлений повышения квалификации и профессиональной переподготовки.

**– Какие еще новшества в плане учебных программ и процесса преподавания будут внедрены в Академии?**

– Мы будем развивать онлайн-обучение, считаем, что за ним будущее. Региональные редакции часто не имеют средств, чтобы отправить своих сотрудников в долгосрочные образова-