дукции довольно низко»[14]. С этим мнением трудно не согласиться. С другой стороны, мы видим очевидные плюсы в присутствии авторитетных зарубежных брендов деловой прессы в Казахстане. В этой связи следующее утверждение А.В. Вырковского совершенно справедливо и для медиасферы Казахстана: «Восприятие и адаптация опыта, наработанного ими (американскими издателями. — *Б.О.*) за это время, — способ ускорить развитие российских деловых массмедиа, избежать ошибок и выработать оптимальные модели функционирования деловых журналов как неотъемлемого элемента национальной системы СМИ» [Вырковский, 2007, с. 12].

В результате наблюдений мы пришли к выводу, что стратегия имитации была достаточно успешной на начальном этапе развития сегмента деловых журналов. В последние годы развитие изданий, стремившихся разработать свою оригинальную концепцию дизайна и следовать ей, несмотря на определенный риск, демонстрирует возможность выхода деловых журналов на новый уровень качества. Накопленный опыт способен мотивировать владельцев журналов на инвестирование в оригинальность — это особенно важно сегодня, когда деловая журналистика Казахстана преодолела 20-летний рубеж.

Список литературы

Вырковский А.В. Сравнительный анализ моделей деловых журналов США и России (на примере «Форчуна», «Форбса», «Бизнес уика», «Эксперта», «Денег», «Смарт Мани»): Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 2007.

Койккалайнен К. Деловая пресса как пример процесса глокализации // Сборник тезисов конференции IV Северные чтения «Средства массовой информации Северных стран в условиях глокализации» М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008.

Нургожина Ш.И. Деловая журналистика Казахстана: Учеб. пособие. Алматы: Қазақ университеті, 2006.

Поступила в редакцию
11.07.2012

[14] Там же.

КРИТИКА И БИБЛИОГРАФИЯ

В.Г. Кульпина, доктор филологических наук, доцент кафедры славянских языков и культур факультета иностранных языков и регионоведения МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: vgrkulpina@mail.ru

В. А. Татаринов, доктор филологических наук, доцент;
e-mail: rossterm@mail.ru

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО ПОЛЬСКИХ СМИ

Рецензия на книгу Л.П. Евсеевой «Медиа Польши на рубеже XXI века» (М.: Факультет журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, 2011. 240 с.)

В монографии Л.П. Евсеевой массмедиа рассматриваются как сегмент массовой коммуникации, дается типология жанров современных польских СМИ на фоне проблем информационного общества, освещаются новые жанры СМИ и новые медиа, их специфическое наполнение и гибридизация в условиях научно-технического прогресса цифровых технологий, острой конкуренции, широкой деятельности мировых медиаконцернов. Трансформация польских массмедиа предстает как часть исторического процесса в ее сопряженности с общественно-политическими и экономическими трансформациями, произошедшими в Польше за последние два десятилетия.

Книга Л.П. Евсеевой охватывает современный период развития польских СМИ — начиная с периода общественных трансформаций в Польше (и того, что им предшествовало) и вплоть до нынешней ситуации. В то же время многочисленные экскурсы в историю СМИ обеспечивают более глубокое проникновение в предмет исследования.

Можно констатировать, что книга исключительно современна, ибо в ней ощущается дыхание, пульс и нерв современности. Это делает книгу необходимым учебным пособием для изучающих польский язык студентов и аспирантов факультета журналистики МГУ, других вузов и факультетов, ориентированных на контакты со странами Евросоюза, на взаимодействие со славянскими странами и с Польшей как частью славянского и европейского мира в целом и ближайшего соседа России.

Авторский дискурс чрезвычайно динамичен и прямо-таки заражает своей энергией. Прочтение книги навевает рефлексию, что

польский опыт формирования новой медиасистемы на начальном этапе рыночных отношений и плюрализма показателен для многих стран Центральной и Восточной Европы, совершивших эпохальный прыжок в другой общественно-экономический уклад. Новая польская медиасистема строилась, в частности, по типу западных медиасистем путем внедрения зарубежного капитала и интернационализации, позволивших ввести в медийную практику новые технологии и новый стиль работы — что, в свою очередь, обеспокоило польскую общественность в связи с утратой польской журналистикой национального характера и идентичности (с. 9). СМИ учились зарабатывать деньги на свое существование, используя рекламу как главный источник поступления средств. Л.П. Евсеева выявляет взаимозависимости и взаимосопряженности в польском информационном пространстве. Так, «бурное развитие коммерческого телевидения стало индикатором модернизации и развития общественного телевидения» (там же). Польские медиаспециалисты разрабатывали новую модель журналистики, призванную сохранить свой правдивый и плюралистический характер перед лицом давления политики и капитала. Данные, приводимые Л.П. Евсеевой, позволяют оценить размах функционирования польских СМИ: более 5000 изданий, свыше 150 издательских групп и концернов (в том числе польских, например Агора СА), 250 радиостанций, широко развита сеть как общественного, так и коммерческого ТВ, при этом «Польша является третьей страной в Европе по величине рынка кабельного телевидения. Более 600 операторов (...) обслуживают более 4 млн абонентов» (с. 12).

Компетентность Л.П. Евсеевой под стать ее информированности и глубокой ориентации на информационном поле, и это не только *что*, *где*, *когда*, а также — *каким образом*, *по какой причине*, *под чьим патронатом*, *на какие средства* и т. п.

Обращение Л.П. Евсеевой к истокам политических трансформаций в Польше помогает охватить взглядом и понять современное информационное пространство польских СМИ. Впечатляет членство поляков в оппозиционном альтернативном профсоюзе «Солидарность» — 9 млн польских граждан. Эта организация стала основой зарождения нового гражданского общества, в то же время ее опыт Л.П. Евсеева характеризует как революционно-деструктивный, в том числе и на поле польских СМИ, и с этим нельзя не согласиться. Деструктивной была цель, и таковыми были использовавшиеся средства ее достижения.

Благодаря книге мы можем осознать масштабность и хронологическую протяженность коалиционного совещания 1989 г. представителей разных общественных сил и партий, получившего название «Круглого стола», когда действующее руководство Польской Народной Республики и оппозиция (разнообразная и разветвленная) — они сели за один стол переговоров и начали переговорный процесс, который растянулся на долгие недели. Благодаря ему был мирным путем достигнут консенсус и создалась возможность мирной трансформации общественного устройства, к которой стремились многие силы в польском обществе. Название этого совещания многим известно, но мало кто знает, что заседания продолжались столь долго: они начались в Варшаве в 1989 г. в начале февраля, а завершились 5 апреля.

В наши дни чрезвычайно активно развивается гражданская журналистика. Как свободная журналистика многими воспринимается развитие блогосферы. Одной из первых взяла на вооружение блогосферу «Газета Выборча»: писать сюда может каждый зарегистрировавшийся и заполнивший соответствующий формуляр.

В присущем Л.П. Евсеевой информативном стиле она со всей прецизией передает романтический порыв польского общества и составляющие его элементы, связанные с «Солидарностью» и ее затуханием после того, как политический поток двинулся в отработанном ею русле (в очередной раз революция съела своего движущего субъекта). И все это надо знать тем, кто собирается работать в Польше корреспондентом от нашей страны, специализируется по Польше, интересуется происходящими в этой стране процессами и динамикой развития в славянских странах и в Восточной Европе в целом.

Для медиаспециалистов важны даты и события преобразований польской общественной жизни. Они присутствуют в книге на каждом шагу. Особо ценно то — что дается полная хронология событий — и не только в области СМИ, но и в целом в общественно-политической жизни Польши в годы преобразований ее общественного устройства — начиная с 1980-х гг. назревания перемен и набухания всех нарывов. Мы найдем здесь описания исторических процессов, их юридических аспектов, исторические экскурсы по развитию польского телевидения и радиовещания и их истоков. Перелом в виде смены политической системы свершился в 1989—1990 гг., с точки зрения развития СМИ перелом совершился в мае того же 1989 г.

В мае 1989 г. произошла широкая трансформация польских СМИ. Тогда же в мае вышел первый номер нового издания «Газета Выборча» (“Gazeta Wyborcza”), ознаменовавшийся большим успехом — это исключительно популярная газета. В борьбу за рынок СМИ включились и крупные европейские компании. Вопрос их допуска дебатировался на высшем государственном уровне. В результате польские покупатели получили преимущество перед зарубежными инвесторами. Часть изданий была выкуплена самими журналист-

скими коллективами редакций, спасающих издания и свои рабочие места. В целом в трансформацию печатных СМИ (общепольских и региональных) был широко вовлечен иностранный капитал. Типографская база тесно связана прежде всего с немецким и американским капиталом. На региональном рынке действуют также швейцарские, норвежские и другие инвесторы.

Новая модель польских печатных СМИ сложилась к 1993 г. Осенью 1990 г. на выборах победил лидер «Солидарности» Лех Валенса. Произошло переименование страны: Польская Народная Республика превратилась в Республику Польшу. Нередко употребляется и ее вторичное имя — III Речь Посполитая, чем подчеркивается преемственность в развитии Польши.

В 1989—1990 гг. были внесены изменения в основной закон страны. В 1997 г. прошел референдум по новой Конституции. Правовые акты не поспевали за быстротой перемен в Польше и ее СМИ. Тем не менее «для регулирования деятельности аудиовизуальных медиа по решению Совета Министров (...) был создан Национальный совет по радиовещанию и телевидению (KRRiT) (с. 23). Это была очередная веха (закон от 29.12.1992). Понятие так называемой шоковой терапии получает развернутый и многоаспектный иллюстративный материал, помогающий осознать, насколько эта терапия была шоковой. План шоковой терапии — реформы авторства Лешека Бальцеровича — был запущен 11 января 1990 г. Ставка — на преодоление «второй скорости» в развитии СМИ. Трудности роста были велики — инфляция достигала 500% в год. Для СМИ это означало необходимость учиться выживанию, рассчитывая на себя самих.

Описывая революционные изменения в Польше, и сама Л.П. Евсеева совершает свою маленькую революцию в области трансляции польских имен собственных в русский язык. Так, Торунь, наследуя польскую грамматическую модель, становится у нее существительным мужского рода (ср. пример: «Из Торуня...» (с. 12)) — хотя в русском языке это традиционно существительное женского рода. По ряду трансформаций, не высказывая свое мнение, мы все же как филологи останемся при своем мнении. Тем не менее очевидно, что демократизация наших СМИ вторглась и в сферу имен собственных, где-то расшатывая старую систему презентации ономастики в прессе, но где-то и укрепляя ее за счет более дифференцированного подхода к топонимике и антропонимике в пользу подхода более точно и четко ориентированного на пользователя, на расширение возможностей обратной идентификации.

По прочтении книги возникает масса всяких мыслей, аналогий, размышлений, импульсов... Этим она и ценна, потому что связанные с книгой мыслительные процессы после ее прочтения не заканчиваются. Уж очень все описанное в Польше для нас близко — и ментально, и территориально. Это чрезвычайно важный обучающий материал по типологии СМИ, по жанровой дистрибуции, особенно для студентов, изучающих польский язык на факультете, соответственно — изучающих также польскую культуру и массмедиа. Развитие польских СМИ можно проследить от отправного пункта и вплоть до жгучих проблем современности. История создания польских СМИ проливает свет на особенности их нынешнего профиля.

Книга насыщенно информативна благодаря обширной компетентности и информированности автора, скрупулезности в сборе материала. Многократно наблюдавшиеся авторами рецензии явления переданы в книге с помощью емких эпитетов, исключительно точных и информативных. Противоречивая фигура Адама Михника, например, с точки зрения его отношения к нашей стране тогда и сейчас нарисована с большим вниманием и знанием не понаслышке и весьма нюансированно.

Полагаем, что книга Л.П. Евсеевой может быть интересна как специалистам по СМИ, политологам, историкам, филологам, так и самым широким массам читателей, ищущим ответа на злободневные вопросы современности. Скрупулезность заставляет автора привести адреса польских сайтов, содержащих онлайновую и аналитическую информацию о польских СМИ. Содержащиеся в книге адреса польских медийных сайтов пригодятся нашим вооруженным до зубов техническими новинками студентам в плане получения от их изучения большой практической пользы и пищи для размышлений. Книга содержит информационный ресурс, освоение которого студентам-специалистам по СМИ необходимо. В книге содержатся цветные фотографии обложек журналов и газет с эффектными заголовками.

Освещаются и получают профессиональную и адекватную квалификацию и интерпретацию события современной жизни Польши. Для нас может быть небезынтересно, что польское телевидение передает информации о США в разы больше, чем о России. Странно и обидно? Конечно. Но книга дает ответ и на это удивление, и на возникающие в связи с ним вопросы.

Поступила в редакцию
03.09.2012