

**Иосиф Дзялошинский,**  
проректор Всероссийского института  
печати и массовой информации,

**ЧЕТВЕРТАЯ ВЛАСТЬ ПОД КАБЛУКОМ РЫНКА**  
**Требуется 40-50 миллионов рублей для того,**  
**чтобы найти реальные пути выведения из кризиса**  
**периодической печати России.**

Информационное пространство России - это мощная система источников информации и средств ее передачи, обеспечивающая более или менее (скорее менее) полноценное информирование населения страны о важных событиях и проблемах и способах человеческой деятельности в нормальных и экстремальных условиях.

Важной составной частью информационного пространства является (наряду с другими) система печатных средств массовой коммуникации. Уровень ее развития, характер передаваемых по ее каналам сообщений лучше любых индикаторов свидетельствует об уровне общества.

Есть все основания полагать, если не предпринять необходимых экстренных мер, и система печатных СМИ, и информационное пространство России в целом рассыпятся, и мы станем свидетелями еще одного процесса - деинформатизации общества.

Российская периодика вступает в новый этап своего развития.

Первый крупный передел сфер влияния печатных средств массовой информации приходится на начало перестройки, когда невиданно взлетели тиражи "Московских новостей", "Аргументов и фактов", "Огонька" и других изданий демократической направленности. На этот же период падает этап оформления новых правовых основ функционирования тогда еще советских СМИ.

Второй передел приходится на лето-осень 1990 года, когда читатель стал отворачиваться от политических изданий и обратил внимание на две группы газет и журналов: с одной стороны, так или иначе связанных с миром бизнеса, банков, бирж и т.п.; с другой - на издания откровенно бульварные, детективно-эротические. Примерно в это же время закладываются основы собственно российской правовой базы функционирования СМИ.

Нынешний - третий передел - характерен общим падением интереса массового читателя к печатной периодике, особенно общенациональной и общеполитической, при некотором росте тиражей изданий, дающих деловую, прагматическую информацию. Внутри СМИ идет поиск новых организационно-экономических форм взаимодействия капитала, политического и экономического лоббизма и информационной политики.

Глубокий социально-политический и экономический кризис, в котором оказалось российское общество, в полной мере отразился на системе печатных средств массовой информации. Так же как и в обществе в целом положение на рынке периодики характеризуется обострением и углублением кризиса; резким усилением конкурентной борьбы между изданиями за аудиторию, рекламодателей и спонсоров, за государственные дотации; нарастающей неплатежеспособностью малообеспеченных слоев населения.

Наиболее серьезной проверкой на выживаемость для подавляющего большинства российских периодических изданий стали 1992 г. и первое полугодие 1993 г. Об этом много писалось, поэтому напомним лишь тот факт, что в среднем по девяти ведущим ежедневным центральным и московским газетам ("Труд", "Комсомольская правда", "Московский комсомолец", "Известия", "Российская газета", "Правда", "Советская Россия", "Независимая газета", "Вечерняя Москва") и по пяти еженедельникам ("Аргументы и факты", "Московские

новости", "Экономика и жизнь", "Неделя", "Коммерсантъ") подписка сократилась в 2,5 раза по сравнению с 1992 годом. По некоторым изданиям тиражи упали в десятки раз.

Исследователи уже отметили, что в нашей стране осуществляется переход от ажиотажного спроса на прессу времен перестройки и гласности, когда 50 процентов населения выписывали от четырех до девяти газет и практически столько же покупали в розницу, к распространенному во многих странах варианту, когда человек читает одну-две газеты. Однако несерьезно сравнивать 48-страничные провинциальные издания Запада, напигованные разнообразной информацией, с нашими убогими городскими и районными газетами, в которых полезную информацию приходится искать с лупой в руках.

В настоящее время можно выделить три тенденции, определяющие функционирование рынка периодики в России. Во-первых, при общем уменьшении читателей по всем типам, видам и группам изданий все-таки наибольшие потери несут общероссийские (так называемые "центральные") издания. Происходит сдвиг интересов аудитории с общенационального на региональный уровень.

Во-вторых, значительные группы населения выпадают из числа читателей. Это касается прежде всего женщин, рабочих низкой и средней квалификации, служащих, безработных, студентов, пенсионеров.

В-третьих, падает информативность большинства периодических изданий (в которых чрезвычайно много того, что в прежние времена называли "водой"), и интересы читателей начинают концентрироваться на очень небольшом круге газет и журналов.

Есть основания предполагать, что в ближайшее время на рынке периодики произойдут еще более крупные потрясения, обусловленные множеством причин правового, экономического, организационного характера, анализ которых должен быть предметом специального исследования. Если такой анализ не будет выполнен и не станет базой для принятия соответствующих решений, а мы будем беспечно смотреть, куда нас ведут стихийные процессы, то в ближайшее время можно будет констатировать, что, несмотря на некоторую видимость благополучия (газеты и журналы выходят, теле- и радиопередачи ведутся), на самом деле информационная сфера России находится в глубоком кризисе, который грозит перерасти в полный развал с непредсказуемыми экономическими, политическими и социальными последствиями.

Падение тиражей большинства газет и журналов, чрезмерная политическая ангажированность многих журналистов, происходящее у нас на глазах сращивание ряда средств массовой информации с мафиозно-клановыми структурами, сопровождается резким снижением информированности населения, что может легко привести к таким масштабам манипуляции общественным мнением, которые и не снились прежним властителям России.

В этих условиях национальные интересы России требуют выработки жесткой и последовательной политики, нацеленной на обеспечение информационной безопасности страны и каждого ее жителя.

Должна быть разработана Федеральная концепция (Программа) информационного развития России, направленная на создание правовых, организационно-экономических, научно-технических и кадровых условий для реализации национальных интересов в сфере информационного обеспечения глубоких социально-экономических преобразований, последовательного перехода к рыночным отношениям, выхода из кризиса. Создание такой концепции потребует обобщения аналитических данных (и на этой основе формулирования организационно-экономических и правовых мер) по следующим основным аспектам функционирования СМИ:

- экономический, характеризующийся как огромным дефицитом финансовых ресурсов, так и глубоким противоречием в формах собственности различных участников единого технологического процесса функционирования системы СМИ (например, в сфере печатных СМИ в эту цепочку входят редакции - полиграфические предприятия - службы распространения);

- политический, связанный со стремлением разных ветвей и уровней власти подчинить средства массовой информации себе;
- социальный, особенности которой обусловлены весьма противоречивой ролью СМИ в формировании социального климата, обострении конфликтов между различными социальными группами;
- духовный, определяемый фундаментальным ценностным конфликтом мировоззренческого характера, сотрясающим российское общество.

Целевыми ориентирами для разработчиков такой программы должны стать:

- стабилизация финансового положения СМИ и устранение неоправданных и социально несправедливых диспропорций в финансировании различных средств массовой информации;
- защита средств массовой информации от политического давления и использования их в антиобщественных целях;
- повышение эффективности информационного обеспечения населения России с помощью средств массовой информации;
- обеспечение интересов России в информационных отношениях со странами ближнего и дальнего зарубежья;
- создание единого информационного пространства России, обеспечивающего каждому ее жителю возможность беспрепятственного получения любой интересующей его информации;
- выравнивание информационных возможностей разных регионов;
- создание условий для развития средств массовой информации, обслуживающих интересы малых народов и национальных меньшинств и др.

Достижение всех этих целей призвано обеспечить реализацию генеральной цели, цементирующей всю программу: разработка и апробация новой экономической, организационно-управленческой и научно-технической модели функционирования средств массовой информации, обеспечивающей удовлетворение федеральных, групповых и индивидуальных информационных интересов.

Стоимость исследовательских, аналитических и прогнозных процедур, которые необходимо выполнить, чтобы сформировать обоснованную Федеральную программу, а также затраты на ее создание можно оценить в 40-50 миллионов рублей.

Осуществление этой сложнейшей работы не под силу ни одному НИИ, сколь бы мощным и известным он ни был. Необходима организационная структура, которая могла бы выступить в роли методического, исследовательского и обучающего центра, способного дать глубокий анализ правовых, экономических, организационных проблем, возникающих перед средствами массовой информации России, осуществить квалифицированный прогноз состояния газетного и журнального рынка, выработать оптимальные для регионов России концепции взаимодействия разных типов коммуникации.

Такой структурой может и должна стать Международная академия информатизации (МАИ), а именно - входящее в ее состав Отделение средств массовой информации. Объединив под своей крышей десятки известных исследователей и практиков журналистики, крупных организаторов систем массовой коммуникации, МАИ могла бы взять на себя координацию и осуществление комплекса исследовательских работ, результаты которых должны стать основой той программы, о которой шла речь выше.

В заключение еще раз скажу: не стоит уповать на то, что все само собой устроится. Надо заблаговременно принимать необходимые меры политического, экономического, организационного характера, которые способствовали бы снятию чрезмерной напряженности в информационном пространстве России, стимулировали планомерное освоение накопленного в мировой журналистике позитивного опыта выживания прессы в условиях рыночных отношений, способствовали интеграции российских средств массовой информации в мировое информационное пространство.