

**И. Дзялошинский,**  
Президент Российской ассоциации  
издателей независимой прессы

## **РОССИЙСКАЯ ПЕРИОДИКА: ПЕРЕДЫШКА ПЕРЕД... ЧЕМ?**

Мне уже приходилось писать о том, что российская периодика пребывает в состоянии постоянной трансформации и аналитические выкладки, казавшиеся верными вчера и даже сегодня, могут оказаться совсем неадекватными завтра. Поэтому анализ ситуации, в которой находилась печать в 1995 году скорее всего будет интересен лишь будущим историкам. Вместе с тем кое-что из происшедшего в этот период с российской печатью имеет весьма долговременные последствия.

О том, что происходило с российской периодикой в 1995 году, написано множество статей и мне не хотелось бы повторять ни себя, ни других. Поэтому остановлюсь на некоторых обобщающих моментах. Наблюдения за деятельностью печатных средств массовой информации в 1995 году позволяют сформулировать некоторые тенденции, которые будут проявляться и в дальнейшем, определяя вектор развития рынка периодики.

Траектория развития комплекса печатных СМИ в 1995 году определена взаимодействием нескольких структур, среди которых выделялись три главные: властные органы разного уровня и типа, определяющие правовое, нормативное пространство деятельности средств массовой информации; производители информации, то есть журналисты, полиграфисты, распространители и т.п.; потребители информации, выступающие в виде множества различных групп населения.

Что касается властных структур, то в 1995 году они весьма жестко стремились подчинить газеты и журналы своей воле. Это было и в прошлые годы, но в 1995-м этот процесс проявился во всей своей красе.

Продолжались попытки запретить журналистам писать о тех или иных темах и людях. Так, например, Комитет по лесу Ленинградской области обратился в суд с иском к ряду газет, требуя защиты своей деловой репутации. По мнению Комитета, газеты “Невское время” “Сегодня”, “Вечерний Петербург”, “Реклама-шанс” и “Смена”, опубликовавшие информацию о том, что Российская партия зеленых считает незаконным отвод земли под садовые участки на территории государственных заповедников нанесли непоправимый ущерб репутации как Комитета по лесу, так и лично его председателя Андрея Государева. Как выяснилось в ходе разбирательства дела, ни один из фактов истец не оспаривал. Он лишь требовал, чтобы впредь все публикации о состоянии лесного хозяйства Ленинградской области говоились только с ведома г-на Государева.

Знаком времени стало и резкое усиление силового давления на журналистский корпус в центре и на местах. Участились случаи преследования журналистов и прямых физических расправ, включая убийства, с теми, кто природой профессии обязывается искать, получать, передавать, производить и распространять информацию.

Помимо традиционных экономических и политических методов, использовавшихся в прошлые годы, стали активно применяться методы манипулирования информацией.

Характерной приметой 1995 года стали существенные изменения в настроениях и представлениях журналистов. Резко возрос уровень общей неудовлетворенности журналистов. Особое раздражение вызывали взаимоотношения с властями, для которых, по мнению журналистов, стали характерны, с одной стороны, отстраненность от проблем печати, а с другой - стремление жестко диктовать свою волю. Весь год журналисты в той или иной форме угрожали властям своей оппозиционностью.

Психологическое состояние журналистского корпуса, увидевшего за своей незащищенностью определенную дистанцированность государства от своих в прямом смысле слова жизненных нужд, не способствовало выполнению журналистами своих функций.

Одновременно происходили достаточно значительные перестройки внутри профессионального сообщества. Несмотря на призывы хранить единство рядов творческого Союза, возникали все новые и новые объединения профессионалов, сохраняющие внешнюю связь с Союзом журналистов России, но по существу переходивших в свободное плавание по собственному маршруту.

Характерной особенностью 1995 года стали изменения в структуре аудитории СМИ, связанные с переменами в экономической, политической, социальной и духовной подсистемах общества. Индикатор этих изменений - появление множества новых изданий как в столицах, так и в провинции.

Понятно, что динамика изменений в действиях и поведении властных структур, журналистского корпуса и аудитории, интересы и цели этих субъектов информационного процесса складывались под влиянием мощных факторов, среди которых можно выделить экономические, политические, социальные и духовные процессы, вовлекающие в свою орбиту миллионы людей и определяющие вектор движения общества и государства, но это - тема отдельного разговора.

В этих условиях российская периодика решала несколько важнейших задач.

Во-первых, она боролась за выживание в самом прямом смысле этого слова. Решить эту проблему было нелегко. Финансовое положение большинства периодических изданий, особенно в первой половине года было весьма плачевным. В силу низкой покупательной способности массового читателя, неразвитого рекламного рынка подавляющее большинство изданий в принципе было не в состоянии обеспечить свое выживание и развитие, не прибегая к каким-либо дотациям. Большинство региональных изданий нерентабельны и при нынешних ценах на бумагу, полиграфические услуги, распространение рентабельными быть не могут. В целом по России только 13.2% зарегистрированных изданий не пользовались в 1995 году дотациями из местного бюджета или иных источников. В феврале 1995 года стараниями Комитета по информационной политике и связи Государственной думы РФ были отменены дотации из федерального бюджета, которые получали свыше 400 газет и журналов. Для этих изданий началась трудная полоса жизни. Многие пребывают в этой полосе и по сей день.

На передний план вышла проблема, которая с каждым днем становится все острее: спасение материально-технической базы отрасли, которая находится в глубоком кризисе. Оборудование в большинстве типографий морально и физически устарело. Ныне более половины парка печатного оборудования старше 10 лет, а 20% работает более 20 лет. Средства на укрепление и техническое переоснащение газетно-журнального производства практически не выделялись и не выделяются. Это ускоряет дальнейшее разрушение газетно-журнального производства. Наиболее тревожное положение с материально-технической базой местных центров печатания газет и журналов, где подавляющее большинство оборудования имеет возраст более десяти лет.

Были предприняты робкие попытки привлечь к инвестированию в обновление материально-технической базы отрасли как отечественных, так и зарубежных инвесторов, однако нерешенность проблем приватизации и акционирования, несовершенство законодательной базы отпугивают крупные финансовые структуры и дело так и не сдвинулось с мертвой точки.

Трудно решались вопросы взаимодействия печатных СМИ с производителями бумаги. Пока журналисты воспевали некий абстрактный рынок, а руководители отрасли участвовали в большой политике, упуская время, когда еще можно было осуществить комплексную реорганизацию отраслей, отвечающих за обеспечение деятельности печатных СМИ, целлюлозно-бумажные комбинаты акционировались, отдали солидные пакеты акций зарубежным инвесторам и стали отправлять свою продукцию на зарубежные рынки, продавая бумагу отечественным печатным СМИ по ценам выше мировых.

Во-вторых, СМИ боролись за собственную политическую независимость. В 1995 году журналистов со всех сторон пытались вовлечь в разнообразные политические игры (особенный размах этот процесс приобрел накануне избирательной кампании в Государственную Думу). Мы все были свидетелями активных боевых действий между различными властными структурами по овладению средствами массовой информации. Политизация СМИ приобретала какой-то пошло-вульгарный, бесстыдный характер, когда представители различных властных структур без зазрения совести превращали печатные издания, финансируемые за счет федерального или местного бюджета, в рупоры собственных идей.

И многие редакторы, конечно поддавались. Более того, искушения заняться политикой не избежали и руководители Союза журналистов. На съезде журналистов России всерьез обсуждалось анекдотическое предложение создать партию журналистов.

И хотя концепция, согласно которой печать есть некая четвертая власть, инструмент контроля общества за деятельностью правительства (эта концепция активно проводилась М.Н.Полтораниным, тогдашним председателем Комитета по информационной политике и связи Государственной думы), а СМИ всегда и при любых условиях есть средство политической борьбы получила некоторое распространение в журналистских кругах, но в целом все-таки здравый смысл в понимании профессиональной миссии восторжествовал и пресса как-то увернулась от великой чести считаться властью.

Победила точка зрения, согласно которой СМИ, выполняя функцию контроля демократического общества за деятельностью властных структур (причем всех, включая законодательные и судебные, а не только исполнительские), все же прежде всего являются честным и беспристрастным информатором, добросовестно отражающим то, что происходит в действительности, а не в воспаленном мозгу некоторых наших публицистов.

В этих условиях неожиданную остроту приобрели вопросы свободы доступа к информации. Обнаружилось, что несовершенство законодательной базы позволяет ведомствам либо скрывать объективную информацию, либо давать откровенную дезинформацию, при этом вроде бы и не нарушая установленных правил.

Информация и раньше добывалась нелегко, однако то, что стало происходить в 1995 году, особенно в связи с чеченскими событиями, сделало проблему очевидной. Выступая на состоявшемся 1 сентября 1995 г. Форуме демократической прессы, Президент России Б.Ельцин говорил о том, что многие государственные органы скрывают от журналистов общественно значимую информацию, требовал повысить информационную открытость властных структур. Ничего нового Президент журналистам не сказал, однако сам факт обращения главы государства к этой теме свидетельствует о том, что вопрос, что называется, созрел.

Проведенные в 1995 году исследования показали, что около 80 процентов журналистов, работающих в региональных СМИ, так или иначе сталкиваются с ситуациями, когда властные структуры им отказывают в информации, при этом 30 процентов считают, что им часто отказывают, а другие 50 утверждают, что хотя отказы в информации есть, но они бывают редко.

Оценивая степень информационной закрытости тех или иных структур, журналисты на первое место поставили правоохранительные органы, затем идут остальные органы государственной власти.

Кто чаще отказывал в информации	% к количеству случаев отказа
-----	
сотрудники правоохр. органов	30.7
работники других органов госвласти	19.2
представители коммерческих структур	15.4
представители партий и политич. движений	11.5
частные лица	8.0
работники госпредприятий	7.6
сотрудники пресс-служб и других информ. структур	7.6

Что касается пресс-служб министерств и ведомств, то практика их деятельности в 1995 году показала, что за редким исключением, вместо того, чтобы обеспечивать граждан (в том числе журналистов) достоверной информацией, они чаще всего выступают в роли фильтров, ограничивающих доступ к информации.

Кроме открытого отказа в информации, все активнее стали использоваться такие способы как уход от ответов на задаваемые вопросы по

существо. Вот один из типичных примеров. На запрос "Общей газеты" в Минздрав РФ о статистике и учете наркоманов в России получен ответ следующего содержания: "Косвенные сведения позволяют предполагать тенденцию роста настоящего заболевания. В СССР раньше не было учета людей, страдающих этим пороком. В настоящее время реальный учет затруднен тем, что, как правило, лечение производится анонимно и в частных учреждениях..."

На запрос в МВД о применении в следственных изоляторах Мордовии пыток к подследственным получен следующий ответ: "Приведенные в вашей публикации факты частично подтвердились. Однако, окончательный ответ Министерство может дать после комплексной проверки МВД Мордовии по итогам года. Но уже сегодня следует подтвердить тот факт, что Республика находится в первой десятке регионов России по количеству раскрываемых преступлений." Активно используется практика устного ответа на публикации и запросы, что не противоречит Закону о СМИ, однако дает возможность либо отказаться от своих слов, либо заявить о том, что журналист что-то неправильно понял.

Все это привело к тенденции не добиваться информации прямым путем, а покупать ее у чиновников и платных осведомителей. Многие из журналистов считают, что такое положение нормально.

В-третьих, шел поиск эффективных организационных структур, обеспечивающих функционирование печатных средств массовой информации. Именно в 1995 году многими редакторами было осознано то простое обстоятельство, что в условиях рынка (а тем более специфически российского рынка) отдельное издание в одиночку сражающееся со все новыми и новыми проблемами, возникающими перед ним как в процессе вхождения в рынок, так и в борьбе с попытками властных структур подчинить его себе, обречено на поражение. Был найден достаточно эффективный путь совершенствования организационной структуры, обеспечивающей выпуск СМИ - создание мощных информационно-издательских объединений типа концернов или холдингов (которые существуют под названиями "корпорации", "издательские дома", "финансово-издательские группы"; "пулы" и др.). Вдруг все поняли, что объединение нескольких редакций и обслуживающих их предприятий и организаций (рекламных служб, служб распространения, бухгалтерии, наборного и печатного производств и др.) в единую структуру обеспечивает значительную экономическую выгоду. По подсчетам, затраты на производство газет, входящих в корпорацию, уменьшаются на 40-60 процентов. Кроме того, с такими структурами охотно сотрудничают крупные банки, финансовые и предпринимательские структуры. Еще одной существенное преимущество концерна - с ним вынуждены считаться власти, а средства массовой информации, объединившиеся в концерн, могут действительно стать независимыми. Такие концерны были созданы в Перми, Новосибирске, Самаре, других городах. Но, многих, конечно, гложут сомнения. Очень уж не хочется расставаться с полной свободой.

Анализ событий, происходивших в 1995 году, обобщение полученных за этот период исследовательских материалов позволяет сформулировать несколько прогностических тезисов.

Очевидно, что дальнейшие изменения в информационной ситуации будут определяться тем, по какому пути пойдет развитие государства и

общества в целом. Самый пессимистический сценарий основан на предположении, что сопротивление определенных социальных структур сорвет планы перехода страны к рыночной экономике и демократии. Если развитие пойдет по этому пути, то России угрожает не только внутренняя, но и внешняя катастрофа. Что касается печати, то очевидно, что будет реставрирована тоталитарная система управления средствами массовой информации и возобладают издания типа "Сокол Жириновского".

Другой сценарий, который многие специалисты считают наиболее вероятным, основан на предположении, что в обозримом будущем Россия будет умеренно авторитарным государством с экономикой смешанного государственно-капиталистического типа. В случае реализации этого сценария, государство на первых порах будет стремиться управлять средствами массовой информации, используя экономические и правовые рычаги.

Будут разрабатываться специальные государственные программы поддержки печати, преследующие вполне благородные цели, но принципиально невыполнимые, как и все подобного рода программы. Знаменательно, что именно в начале 1995 года были приняты решения, отменяющие дискредитировавшую себя систему правительственных дотаций отдельным средствам массовой информации, а в конце этого же года утверждены Законы, в которых предпринята попытка разработать эффективный механизм организационно-экономической поддержки прессы посредством создания благоприятного инвестиционного и налогового климата.

Очевидно, что и в 1996 году будут разрабатываться и приниматься новые законодательные и нормативные документы, всесторонне регламентирующие взаимоотношения средств массовой информации со всеми субъектами общественной жизнедеятельности.

После того, как все эти меры не принесут ощутимых успехов, государство откажется от попыток непосредственного управления средствами массовой информации, что позволит в полной мере реализовать рыночные механизмы функционирования в СМИ. Печать будет вынуждена обращаться за поддержкой не к государству, а к коммерческим структурам и непосредственно к читателям. Редакции газет и журналов будут все настойчивее освобождаться от сторонних учредителей и превращаться в нормальные коммерческие предприятия, действующие по законам рынка.

По мере продвижения страны по пути рыночных реформ многие печатные СМИ прекратят свое существование, предстоят увольнения и сокращения журналистов. Сумевшие выжить периодические издания станут более деловыми, современными и будут отвечать изменившимся требованиям аудитории. Наибольшие шансы на устойчивое развитие имеют местные издания, ориентированные на широкую аудиторию, независимые, деполитизированные, по преимуществу информационные, с серьезной, деловой тональностью.

Чтобы приостановить тенденцию падения интереса к федеральным печатным СМИ, издатели будут искать новые формы выпуска продукции, в частности, ориентируясь на определенные категории читателей и используя нетрадиционные каналы распространения (например, электронные газеты). Дальнейшее развитие получают региональные выпуски московских изданий.

Определяющим фактором в усиливающейся конкуренции газет с другими СМИ будет качество предлагаемого продукта. Поэтому журналисты и издатели будут стремиться сделать газету привлекательной для читателя с точки зрения как содержания, так и оформления. Успешная конкуренция газет, в частности, с местным телевидением, будет зависеть от следующих факторов: качества редакционной работы; красочности публикуемых рекламных материалов и объявлений при их низкой стоимости; использования выразительной графики; четкого разделения газетных материалов по читательскому назначению.

Взаимоотношения периодических изданий с издательствами и полиграфическими предприятиями будут строиться по двум моделям. С одной стороны, редакции газет и журналов начнут приобретать в собственность полиграфическое оборудование. С другой стороны, крупные полиграфические комбинаты будут акционированы, как правило, с участием редакционных коллективов, что быстро поставит все взаимоотношения на рельсы нормальной экономики.

Получат дальнейшее развитие альтернативные системы подписки и доставки, включая создание многими газетами собственных служб распространения.

В конечном счете, осуществляемый в России переход от индустриального общества к информационному приведет к тому, что информация и коммуникации станут комплексными. В этой связи традиционная модель предприятия, готовящего и выпускающего одну газету, постепенно трансформируется в концерн, занимающийся вопросами коммуникации, который выпускает не только газеты, но и другую печатную и аудиовизуальную продукцию. Эти интегрированные информационные предприятия будут основаны на комплексном использовании возможностей техники и средств создания и обработки информационно-публицистических материалов.

Вместе с тем следует иметь в виду, что вследствие высокой интегрированности печатной периодики в структуру экономики страны, перспективы развития этого сектора информационного комплекса зависят от возможностей смежных отраслей народного хозяйства. А поскольку вряд ли стоит рассчитывать на то, что в ближайшее время найдутся инвесторы, готовые вкладывать средства в капиталоемкие, но не дающие немедленной отдачи отрасли, приходится предположить, что внешних источников для быстрого развития массово-информационного комплекса не предвидится.

Следовательно, печатные средства массовой информации в обозримой перспективе должны будут опираться на собственные силы и на запущенные и приходящие в ветхость технические мощности, которыми они располагают на сегодняшний день. О качестве этой техники речь шла выше. То же самое можно сказать о проблеме ресурсного обеспечения. Нет оснований ожидать, что российские бумажники, химики, технологи в ближайшие годы повысят качество материалов, необходимых для работников печатных средств коммуникации.

Остается уповать на импорт техники и материалов. Однако существующий в России экономический климат, традиционное недоверие российских политиков к зарубежным инвесторам, особенно в такой деликатной сфере, как средства массового воздействия, делают надежды на

активное вовлечение иностранных капиталов и технологий весьма иллюзорными.

Все это означает, что траектория технического и ресурсного развития средств массовой информации не сулит нам никаких резких скачков.

Все сказанное выше дает основания предполагать дальнейшее сужение потенциального рынка массовой информации и изменение соотношения между объемами той информации, которая будет затребована различными типами потребителей. Если в настоящее время мы имеем по крайней мере четыре типа изданий: элитарные, качественные, массовые, бульварные, то на ближайшее будущее можно сформулировать прогноз, согласно которому промежуточные типы будут исчезать и произойдет окончательное размежевание всех каналов массовой информации на качественные (предназначенные для различного рода элит - политических, экономических, профессиональных и др.) и собственно массовые со значительным объемом бульварщины.

Качественная пресса будет выходить малыми тиражами и публиковать серьезные материалы, по проблемам политики, экономики, экологии, массовая пресса будет заполнена практическими советами, рекламой и скандальной хроникой.

Наиболее массовым и динамично развивающимся средством информации будет и впредь оставаться телевидение. Мощь этого канала информации будет возрастать по мере внедрения современных методов уплотнения видеосигналов, повышения четкости (что позволит получать на плоском экране телевизора изображение, равноценное по качеству и резкости кинофильму), а также использования технологии коммутирования различных телепрограмм, в результате чего у потребителей существенно возрастает диапазон выбираемых программ.

В этих условиях выживание и тем более развитие печатных средств массовой информации возможно только в том случае, если они смогут либо занимать те информационные ниши, которые электронные средства коммуникации занять не в состоянии, либо смогут конкурировать с телевидением по содержанию печатаемых сообщений, яркости дизайна и активно использовать специфические возможности печатной коммуникации, недоступные ни телевидению, ни радио.

Проблема "выживания" газеты и журнала в современном обществе - это прежде всего и главным образом вопрос выбора верной стратегии. Если раньше газеты были единственным источником первичной информации в обществе (если не считать обычного общения людей между собой), то сегодня пресса уже не выполняет этой функции - здесь лидерство перешло к радио и телевидению. Но газета и журнал могут и должны оставаться источником интерпретации того, что происходит, они значительно лучше, чем радио и телевидение помогают разобраться в сложных явлениях, дать точные объяснения, представить фон и контекст проблемы, перспективы ее развития и разрешения. Словом, девизом современных печатных средств коммуникации должно стать анализ и объяснение, а не только и не столько информирование.

Изменения в условиях профессиональной деятельности потребует поставить и решить некоторые вопросы правовой регуляции функционирования печатных СМИ. Прежде всего речь идет об обеспечении надежного и при этом простого доступа к общественно значимой информации



человека с профессиональным журналистским удостоверением, и в том числе журналиста, не являющегося штатным или нештатным сотрудником конкретного издания или конкретной телерадиокомпании.

Для успешного выполнения журналистами своих профессиональных функций предстоит добиться, чтобы государство признало за ними некоторые особые права. В частности, речь идет о праве журналиста не раскрывать источник своей информации. Нынешняя ст.49 Закона Российской Федерации “О средствах массовой информации” (обязанность журналиста сохранять конфиденциальность информации и/или ее источник) недостаточно эффективна. Как представляется, на журналистов в силу специфики их профессии могла бы быть распространена норма ст. 19 Закона “О статусе депутата”: в случае с журналистами это выглядело бы как право отказаться от дачи свидетельских показаний по гражданскому делу об обстоятельствах, ставших ему известными в связи с выполнением профессиональных обязанностей.

Некоторые аналитики считают, что необходимо снять с журналиста ответственность за разглашение государственной и иной охраняемой законом тайны. Ответственность за ее разглашение должны нести те и только те, кто обязан хранить эту тайну в силу профессионального доступа к секретам, по долгу службы, закрепленному, в том числе, специальным допуском к информации такого рода. Журналист не может и не должен нести ответственность за чужую халатность, равно как и за чужое решение сделать достоянием общества то, что от него скрывается.

Предстоит приложить немало усилий для того, чтобы в уголовном кодексе была сохранена, но при этом стала действующей, применяемой на практике - норма об ответственности за воспрепятствование профессиональной деятельности журналиста.

Таким образом, можно констатировать, что с точки зрения аналитика СМИ, главной особенностью 1995 года является то, что он завершает определенный этап развития российской печати, когда она первый раз попробовала приспособиться к рыночным условиям и быстро поняла, что рынок в его специфически российском варианте не для нее.

Огромное давление, оказанное на правительство и Президента, несмотря на все их сопротивление, привели к тому, что прессе были предоставлены значительные льготы и дана передышка на два года. Что из этого получится, как пресса использует предоставленную передышку, скоро станет ясно.