

Региональные СМИ

Глас вопиющего



Монолог

Нужна ли россиянам независимая качественная пресса?

Нет, не нужна. Такой категоричный ответ дают многие журналисты и редакторы, издания которых существовали на деньги отечественных и зарубежных спонсоров, благотворителей и инвесторов. У них есть основания для такого вывода. Как только прекратились инвестиции, эти СМИ были вынуждены закрыться. Те, кто пострадал, повторяют в разных вариантах мысль о том, что у свободы слова в России нет ни политического, ни экономического, ни социального фундамента.

Иосиф ДЗЯЛОШИНСКИЙ,
Программный директор
Института развития прессы,
Президент правозащитного
фонда «Комиссия по свободе
доступа к информации»

С политическими аспектами проблемы все ясно. Нынешний режим имеет свои политические приоритеты. Они связаны с попыткой государства контролировать не только политические, но и экономические, и социальные процессы. Люди, входящие в руководство, знают, как надо решать проблемы и ликвидировать недостатки. Им не нужна пресса для того, чтобы об этом разговаривать. У них есть свои технологические решения проблем, и публичное обсуждение проблем, коллективный поиск приемлемых для всех решений в списке этих технологий не значатся.

Экономическая ситуация в стране тоже не способствует созданию большого количества независимых качественных СМИ. Обнищание населения, отсутствие конкуренции между производителями, а следовательно, отсутствие потребности в рекламе поставили СМИ, особенно в регионах, на грань финансового выживания и обострили пробле-

му зависимости журналиста от издателя и собственника СМИ, злоупотребляющих экономическими рычагами давления на творческие коллективы. Кроме того, недостаток средств не позволяет независимым СМИ создать современную материально-техническую базу, без которой эффективное функционирование СМИ невозможно.

Как ни печально, исследователи подтверждают тезис огорченных московских журналистов о том, что подавляющему большинству россиян действительно не нужна независимая качественная пресса. Аудиторы требуют от СМИ развлечения, материала для обсуждений и полезной бытовой информации. Часть аудитории, которая действительно нуждается в качественной информации и независимых мнениях, составляет не более 20% населения и чаще всего за этой информацией и мнениями обращается не к средствам массовой информации.

Для того чтобы свободные и независимые СМИ могли существовать, нужны три условия:

- развитый свободный рынок, стимулирующий стремление производителей рекламировать свои товары и услуги;
- динамичное общество, требующее от своих членов быстрой



реакции и умения принимать эффективные решения в постоянно изменяющихся условиях;

- достаточно многочисленный и обеспеченный средний класс, готовый платить за качественную информацию (не менее 30% от общей численности населения).

Ничего этого в России нет. Есть всеядный, контролируемый властью и несколькими финансово-промышленными группами, получившими доверенность от власти. Есть вялое, апатичное сообщество индивидов, прячущихся от любых вопросов

в заботу о семье или собственном выживании. И нет ничего похожего на средний класс в европейском понимании этого термина. Таким образом, в современной экономической ситуации Россия не в состоянии обеспечить процветание большого числа независимых коммерческих СМИ, если они хотят торговать качественным информационным товаром.

Поэтому приходится жить в долг, выкручиваться, идти на компромиссы и рано или поздно сдаваться на милость победителя. Что и произошло.

Многие из независимых СМИ представляют собой оранжевые цветки, выращенные заботливым садоводом и способные существовать только в теплице. Как только злые дяди сорвали пленку с этой теплицы, цветы увяли. Независимость СМИ тут же кончилась. Использован механизм экономического удупления политически недовольной прессы. Можно, конечно, негодовать по этому поводу. Я полагаю, что надо было это предвидеть. И готовиться.

И все-таки независимая качественная пресса нужна и может существовать, утверждают наш редактор всем заявленным выше аргументам руководители региональных издательских домов. Собраться не удалось в Барнауле, они в течение трех дней обсуждали ситуацию, сложившуюся в российской печати, и выработали стратегию своей деятельности на ближайшие годы. И некоторые из них доказали, что действительно можно делать качественную независимую газету, не склоняясь перед властью и не слишком желая. Для этого надо хотеть и уметь зарабатывать деньги, трезво видеть ситуацию и помнить о том, что пресса — это бизнес, но особый бизнес. Как говорил один известный медиа-магнат прошлого, «Мой бизнес — правда».

Общий вывод, к которому пришли участники встречи, определен — при нынешних тенденциях в российской экономике мелкие газеты, особенно в небольших городах и депрессивных регионах, не вписанные в

независимые информационно-издательские группы, обречены на вымирание. Их будущее — в объединении.

Участники встречи считают, что пришло время для обсуждения возможных вариантов реструктуризации сферы СМИ, начиная с решения вопросов укрупнения медиа-организации и капитальных подтопок высококомпетентных менеджеров. Известно, что в бизнес-среде до сегодняшнего дня нет полного понимания экономической возможности информационного бизнеса.

Так сложилось, что медиа-бизнес воспринимается чуть ли не как богуодное неприбыльное дело. И такое понимание информационного бизнеса на руку журналистам-менеджерам, прокуствовавшим последние 10 лет в условиях многократных льгот и подблеск.

К сожалению, сама журналистская корпорация находится в раздробленном, распыленном состоянии. Генеральный секретарь Союза журналистов РФ Игорь Яковенко констатирует, что СМИ сами поддерживают нечестные правила игры, а значит, не очень заинтересованы в свободе и независимости. Потому что в условиях прозрачного и честного рынка многим придется покинуть этот бизнес. Но все равно правила игры придется менять. Необходимо создать мощную корпоративную среду, ориентированную на честную игру. Журналисты должны сами обеспечить собственное будущее. Никто кроме них этим заниматься не будет.