

И. Дзялошинский,
Президент Российской ассоциации
издателей независимой прессы

НЕОКОНЧЕННАЯ ИСТОРИЯ ЗАТЯНУВШЕЙСЯ БОЛЕЗНИ

Анамнез

Российская периодика, как и Россия в целом, в последние годы непрерывно трансформируется. С 1986 по 1995 год она пережила уже три этапа своего развития и вошла в четвертый.

Первый из них, пришелся на 1986-1989 годы. Он был примечателен лавинообразным нарастанием интереса населения к политике и взлетом тиражей изданий демократической ориентации. В это же время шла борьба за свободу печати и формировались новые правовые основы деятельности средств массовой информации.

Второй этап датируется 1989-1991 годами. В это время на социальной сцене России появились новые группы населения - предприниматели, биржевые дельцы, банкиры, фермеры и т.д. Происходили изменения в социальной ориентации и информационных интересах читателей, что вело к возникновению и развитию большого количества новых газет и журналов (общественно-политических, деловых, эротических, откровенно бульварных и т.д.).

Если первые два этапа прошли под знаком политических и социальных преобразований, то третий этап, начало которому положил январь 1992 года, когда были приняты решения о либерализации цен, характеризуется вхождением российской прессы в рынок. Именно в эти

годы головокружительно взлетели цены на бумагу, полиграфические услуги и распространение периодических изданий.

Особую пикантность сложившейся в эти годы ситуации придавало состояние полиграфии. Материальная база большинства типографий морально и физически устарела. Более половины имеющегося в стране парка печатного оборудования старше 10 лет, а 20 процентов работает более 20 лет. Даже в издательстве "Пресса" (бывшая "Правда"), 37 газетных агрегатов высокой печати, которые были приняты в эксплуатацию до 1964 года, т.е. 30 лет назад, требуют срочной замены. Особенно тревожное положение с материально-технической базой местных центров печатания газет и журналов, где подавляющее большинство оборудования имеет возраст более десяти лет. Многие машины не подлежат ремонту. Средства на укрепление и техническое переоснащение газетно-журнального производства практически не выделяются, что, естественно, ускоряет его разрушение.

Существовавший в эти годы организационно-экономический механизм государственной поддержки печатных СМИ работал по двум основным каналам.

Первый - бюджетные ассигнования, выделявшиеся Правительством России на основании Указа Президента N 164 от 20 февраля 1992 года "О дополнительных мерах правовой и экономической защиты периодической печати и государственного книгоиздания" и постановления Правительства N 493 от 16 июля 1992 г. "О мерах правовой и экономической защиты периодической печати и государственного книгоиздания". В соответствии с этими документами Мининформпечати РФ (ныне Комитет РФ по печати) дотировал государственные и некоторые независимые издания. Такую дотацию в разные периоды получали 845 изданий. Понятно, что

распределение дотаций, даже при субъективной честности членов дотационной комиссии, в сильнейшей степени зависело от влияния различного рода лоббистов. Отсюда крайняя неравномерность выдававшихся дотаций, вызывавшая негодование тех, кому доставались крохи с дотационного стола.

Второй канал финансовой поддержки печатной периодики - местный бюджет.

Как правило, это были те же общероссийские деньги, выделявшиеся Минфином РФ, только распоряжались ими местные органы власти, которые отнюдь не всегда в полном объеме направляли эти деньги в редакции, считая возможным часть из них расходовать на решение других острых социальных проблем.

Был (и есть, разумеется) и третий канал финансовой поддержки средств массовой информации, связанный со спонсированием СМИ со стороны предпринимательских, коммерческих и финансовых структур.

Начиная с 1995 года, когда стараниями Комитета по информационной политике и связи Государственной Думы РФ были ликвидированы возможности для финансовой поддержки печатных СМИ на федеральном уровне, начался четвертый этап постперестроечной истории печатных СМИ. В рамках небольшой статьи нет возможности подробно описывать особенности новой ситуации, но очевидно, что в условиях, когда средства, получаемые от подписки, розницы, рекламы, не позволяют не только обеспечить переоснащение редакций и типографий, но даже поддержать необходимый уровень заработной платы журналистов (которые в провинции остаются одной из самых низкооплачиваемых категорий населения), многие редакторы с благодарностью принимают любую помощь, от кого бы она ни

приходила. Понятно, что в условиях, когда размеры окладов и гонораров журналистов несопоставимы с расценками, по которым коммерческие фирмы, партии и различные организации оплачивают нелегальные информационные услуги, неизбежно растет уровень коррумпированности и ангажированности журналистов и редакторов периодических изданий.

Не секрет, что крупные финансовые группы и отдельные банки пристально следят за процессами, происходящими в средствах массовой информации, и стремятся играть все более активную роль на рынке прессы. И в этом нет ничего плохого. Но общество вправе знать, кто, в каких размерах и куда вкладывает финансовые и материальные ресурсы, если дело идет о такой деликатной сфере, как средства массовой информации. Однако в настоящее время нет ни правовых оснований, ни организационных механизмов, которые позволили бы держать под общественным контролем этот процесс. И есть основания для опасений, что печать может попасть под контроль весьма сплоченной и могущественной группой, интересы которой далеко не всегда совпадают с интересами других групп населения.

С другой стороны, опомнившись после “неразберихи” 91-94 годов региональная номенклатура все увереннее заявляет о своем праве управлять информационными процессами,

Диагноз

Все вышесказанное позволяет констатировать, что, с одной стороны, печатные средства массовой информации попали под жесточайший экономический пресс рыночных отношений, а с другой - продолжают испытывать давление властных структур. Одновременно

следует учитывать резкое снижение платежеспособности массового потребителя информации. Все это привело к тому, что региональные печатные СМИ России попали в глубокий кризис, который грозит серьезными экономическими, политическими и социальными последствиями.

Причинами этого кризиса явились неэффективность организационно-экономического механизма государственного протекционизма СМИ; запутанность правовой базы деятельности СМИ; неурегулированность вопросов собственности в системе печатных средств массовой информации; сохранение монополизма в системах производства и распространения печати, которые практически полностью принадлежат государству; недостаточное понимание властными структурами роли средств массовой информации в формировании общественного мнения, развитии культуры, науки, поддержании социального и духовного здоровья народа и др.

Вот лишь несколько симптомов этого кризиса.

Во-первых, значительные группы населения практически отказались от подписки на газеты и журналы, ограничиваясь нерегулярным приобретением каких-либо номеров каких-нибудь газет в розницу. Это касается прежде всего женщин, рабочих низкой и средней квалификации, служащих, безработных, студентов, пенсионеров.

Высокие цены заставили многих подписчиков отказаться от "толстых" журналов, таких как: "Новый мир", "Знамя", "Октябрь", "Москва", и изданий просветительского и юмористического характера: "Вокруг света", "Знание-сила", "Наука и жизнь", "Крокодил" и т.д.

Во-вторых, произошло смещение читательских предпочтений с общероссийских изданий на региональные. Хотя падение тиражей

коснулось практически всех изданий, однако наибольшие потери понесли общенациональные газеты и журналы. Все это привело к тому, что основным источником печатной информации для большинства населения России стали местные газеты. В этом не было бы ничего плохого, если бы эти издания давали действительно полноценную информационную и аналитическую картину мира. Однако, к сожалению, большинство местных изданий с этой задачей абсолютно не справляется. Основными причинами такого положения дел являются следующие:

- стремление местных властей контролировать деятельность региональных средств массовой информации, что приводит к искусственному ограничению тематики местными интересами;

- плохое техническое и материальное оснащение как редакций, так и типографий; отсутствие у сотрудников редакций местных газет навыков полноценного использования современной редакционной техники;

- слабая профессиональная подготовка сотрудников региональных, городских, районных газет, большая часть которых не владеет новыми профессиональными технологиями и ориентирована на каноны прежней, убеждающе-воспитывающей журналистики.

В-третьих, в силу ряда обстоятельств (смена поколений, уход многих профессиональных журналистов в иные сферы деятельности) существенно понизился уровень профессионализма журналистских кадров. Слабая профессиональная, политическая и экономическая компетентность приводит к многочисленным ошибкам. Для многих работников печати характерна политическая и идеологическая нетерпимость, постоянный поиск "врагов", неумение вести конструктивный диалог.

Рецепты

Разные целители предлагают разные способы спасения российской периодики.

Одни, требуют для печати разнообразных льгот.

Другие надеются на то, что рынок сам собой устранил все перекосы и оптимизирует ситуацию (как будто в этой сфере действительно господствуют рыночные отношения).

Третьи полагают необходимым стимулировать отечественных и зарубежных инвесторов, готовых вкладывать средства в развитие отраслей, обеспечивающих функционирование печатных СМИ.

Четвертые предлагают создать независимые творческо-производственные структуры и объединения (концерны, консорциумы, холдинги и т.д.), и передать им в распоряжение государственные полиграфические и бумажные ресурсы в надежде на то, что эти новые структуры смогут более эффективно использовать их, нежели государственные чиновники.

Пятые требуют разработать и принять в дополнение к Закону о средствах массовой информации пакет законодательных и нормативных документов, всесторонне регламентирующих взаимоотношения средств массовой информации со всеми субъектами общественной жизнедеятельности и гарантирующих право каждого гражданина на получение необходимой ему информации, кроме той, закрытость которой обусловлена государственными интересами России и неприкосновенностью частной жизни граждан.

Идей и предложений много. Но очевидно одно: создание новой экономической, организационно-управленческой и научно-технической модели функционирования печатных средств массовой информации, обеспечивающей удовлетворение федеральных, групповых и индивидуальных информационных интересов, возможно лишь при условии четкого определения "правил игры" - принципов взаимоотношений между государством, обществом и СМИ.