

П. Н. Гусев¹

РОССИЙСКИЕ СМИ: ОТСТАВАНИЕ ОТ МИРОВОГО РАЗВИТИЯ МОЖЕТ СТАТЬ НЕОБРАТИМЫМ?

В последние десятилетия в России немало сделано в направлении приведения сферы деятельности СМИ в соответствие с международными нормами. Однако пока сделанного в этом плане недостаточно. В своем прошлогоднем обращении к Федеральному собранию Президент России Дмитрий Анатольевич Медведев намекнул, что государству пора начать избавляться от несвойственных ему активов типа «заводов, газет, пароходов».

«Органы власти не должны быть владельцами заводов, газет, пароходов. Каждый должен заниматься своим делом», — сказал Президент РФ. Устами господина Дворковича было досказано, что государство должно освобождаться не только от избыточных функций, но и от избыточной собственности. По его словам, приватизация на региональном уровне может принести несколько десятков миллиардов рублей. Приватизированы должны быть и СМИ: «У многих регионов не одна, а несколько газет — это бессмысленная трата средств местного бюджета», — сказал помощник президента. «Необходимо, чтобы газеты были объективным источником информации», — отметил он. — Срок принятия региональных планов приватизации может составить около полугода».

Эта аккуратно высказанная Президентом России мысль — пусть даже и без цифр (показывающих, сколько народных денег и активов взяла власть в свое весьма долговременное пользование и как использовала), сроков возвращения долгов и концепции предстоящей работы — все же вызвала в определенной части общества (особенно в его медиаотсеке) бурную, не сказать бы — восторженную реакцию.

Некоторые, в том числе и я, назвали девиз Президента России (при всех сомнениях) революционным! Мы, представители медиасообщества, резво кинулись в дискуссии, разговоры, поиски ответов на главный вопрос — когда же столь долго ожидаемое разгосударствление СМИ случится, и как оно затронет тех, кто работает в редакциях газет, на телевидении и радио, в интернет-изданиях?

В декабре 2010 года в Твери Комиссия Общественной палаты по коммуникациям, информационной политике и свободе слова в средствах массовой информации провела весьма содержательные слушания на эту тему.

По имеющейся статистике Роспечати, в 2010 году было зарегистрировано на 8 % больше печатных СМИ, чем в 2009-м, а по сравнению с 2005 годом их число увеличилось на 34 %. На сегодняшний день в России зарегистрировано около 94 тыс. средств массовой информации, из них почти 73 тыс. печатных

СМИ и более 17,5 тыс. — электронных. Причем число зарегистрированных в 2010 году региональных СМИ более чем в два раза превышает число общероссийских. В предыдущем году эта разница была не столь существенной. Так, в 2005 году число территориальных СМИ превышало число общероссийских лишь на 11 %, в 2006-м — на 16,5 %, а в 2009-м — уже на 42 %.

Средний объем региональных газет составлял 18 страниц, журналов — 98 страниц, средний объем общероссийских газет — 20 страниц, журналов — 102 страницы. Больше всего журналов развлекательной (14,6 %) и рекламно-информационной (12,4 %) тематики. Общественно-политических журналов — 7,9 %, научных и научно-популярных — 7,8 %, детских — 2,9 %, литературно-художественных — 2,7 %.

Наибольший процент газет (42,3 %) составляют газеты общественно-политической тематики, 17,1 % приходится на рекламно-информационные издания, 12,9 % — на газеты с тематикой «досуг и развлечения». По периодичности выхода в свет больше всего наименований ежедневных газет и ежемесячных журналов. По данным, имеющимся у Роспечати, в 2010 году в России на 33 % выросло число зарегистрированных электронных СМИ. В два раза выросло число зарегистрированных как средства массовой информации интернет-сайтов. По сравнению с 2006 годом рост числа зарегистрированных как СМИ интернет-сайтов составил 62 %².

Однако, как сообщила газета «Ведомости» 1 декабря 2010 года, точных данных о количестве СМИ, принадлежащих региональным властям, и о том, во сколько их содержание обходится местным бюджетам, у Минкомсвязи нет. Прежде инициатива тотальной приватизации региональных газет и телеканалов не обсуждалась.

Любопытна реакция госаппарата на идею Президента РФ. Так, председатель Комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации администрации Санкт-Петербурга Александр Коренников согласен, что регионам необходимо избавляться от непрофильных активов, но настаивает на том, что собственные газеты и телеканалы администрации нужны, чтобы разъяснять гражданам «суть решений властей». Город владеет бесплатной газетой «Петербургский дневник» и кабельным каналом «Санкт-Петербург» (его бюджет на четыре месяца 2010 г. — 60 млн руб.).

Не считает СМИ непрофильными активами и высокопоставленный чиновник мэрии Краснодара (ему принадлежит газета «Краснодарские известия» и телерадиокомпания «Краснодар»): «Платить за освещение деятельности властей коммерческим СМИ было бы слишком дорого».

¹ Главный редактор газеты «Московский комсомолец», председатель Союза журналистов Москвы, председатель Комиссии Общественной палаты РФ по коммуникациям, информационной политике и свободе слова в средствах массовой информации, заслуженный работник культуры РФ.

² Источник: Media Atlas от 14 января 2011 г.

При существующем положении власть всегда будет поддерживать свои СМИ. И здесь кроме прямого финансирования существуют и другие возможности административной помощи. Это организация, а временами и принуждение подписки на свои издания, рассылка грозных писем и т. д.

Государственные СМИ щедро финансируются из бюджета. Как сообщили Комиссии по СМИ Общественной палаты РФ из Красноярского края, в 2011 году в целом на информационную политику предлагается выделить 381 млн рублей. Это почти на 2 млн больше, чем в 2010-м. Деньги должны пойти на поддержку краевых газет, журналов, телевидения и 44 районных и городских газет, находящихся на балансе краевого бюджета. При этом лишь 28 млн рублей будут направлены на размещение материалов в негосударственных СМИ.

Воссоздаются региональные городские медиахолдинги, которые формируют и финансируют региональные и муниципальные органы исполнительной власти. Наиболее яркий пример прошлого года, характеризующий эту тенденцию, — преобразование агентства «Татмедиа» (Татарстан), куда входят более 100 средств массовой информации, в республиканское агентство по печати и массовым коммуникациям и наделение его полномочиями по вопросам госуправления в сфере печати.

Из всех субъектов Федерации на поддержку СМИ больше всего средств из бюджета тратит Москва.

В то же время, отмечают наши коллеги на местах, независимые общественно-политические газеты вымирают как класс. А им на смену приходят бюджетные издания с бесплатным распространением. Эти СМИ полностью подконтрольны региональной власти, а поэтому власть не жалеет на них денег. Бесплатно раздаются сотни тысяч экземпляров выпущенных за счет бюджета государственных и муниципальных газет. С громадной скоростью уничтожается медийный рынок. Усиливается конкуренция на рынке печатных СМИ, общественно-политическим изданиям в этих условиях выживать тяжело. А независимым — вдвойне.

Сегодня в России понятия «медиабизнес» и «информация» зачастую разведены в разные стороны. Дотация в обмен на нужную информацию — вот пагубная формула, которая наносит очевидный ущерб и СМИ, и власти в регионах. Зависимость местной прессы от исполнительной власти — жесткая. Так, например, в Алтайском крае за два года сменилось 24 редактора районных городских газет. Произошло это после выборов глав местных администраций в 2005–2006 годах. Не менее губителен и другой путь — прямое содержание СМИ органами власти. Два этих антирыночных потока образуют в масштабах страны многомиллиардную реку дотаций.

В целом Россия, по подсчетам Минфина, потратит 174 млрд рублей на поддержку средств массовой информации в 2011–2013 году.

Государство продолжит финансировать «Российскую газету», «Голос России», ВГТРК, телекомпанию Russia Today, «РИА Новости» и ИТАР-ТАСС.

В данный список может войти также ряд радиостанций и интернет-порталов. Кроме того, государству принадлежит 51 % акций Первого канала. Как показывает жизнь, государство по сути контролирует и НТВ, формально принадлежащее Газпрому. Правительство выделяет деньги и на поддержку организаций спортивного вещания, которое будет отвечать за концепцию олимпиады в Сочи.

Большинство руководителей СМИ, ведущих самостоятельный бизнес, считают, что такая политика безумна для нашего государства. У многих из них есть понимание, что поддерживать средства массовой информации, особенно муниципальные, районные, региональные, нужно, но форма поддержки — когда из рук власти напрямую «кормятся» тысячи представителей СМИ — пагубна, страшна.

Есть весьма оригинальные предложения об использовании средств госбюджета более эффективным образом, чем прямое финансирование СМИ властью. Вот, скажем, у государства существует проблема борьбы с пьянством и алкоголизмом, и с ней нужно бороться всерьез. Было бы лучше, если бы вместо того, чтобы деньги распределять на содержание бесчисленного количества государственных газет, журналов, теле- и радиостанций, государство создало программу социальной рекламы по этой проблеме. И эту рекламу размещало бы в средствах массовой информации, а через Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям распределяло эти рекламные материалы, оплачивая их. Аналогичный подход мог бы иметь место, скажем, по демографической проблеме, проблеме толерантности, веротерпимости и др.

Есть опасность, что в процессе приватизации государственных СМИ ближайшие родственники начальников — как губернских, так и региональных — «неожиданно» станут владельцами средств массовой информации. Не получится ли, что государственные СМИ в период приватизации будут скуплены криминальными авторитетами? Ведь это важно — в чьи руки они перейдут.

Процесс разгосударствления СМИ представляется весьма непростым. Если сейчас перестать помогать муниципальной «маленькой» прессе в небольших городах, поселках, то она просто исчезнет. Там нет своего рекламного рынка, крупных финансовых спонсоров.

Необходимо менять Закон о СМИ или оговаривать какие-то условия, что государство должно иметь одно средство массовой информации, в котором будут печататься, предположим, какие-то документы, постановления, решения, то есть информировать население.

Надо ставить вопрос на уровне и правительства, и законодательной власти, что все-таки пришла пора — в Законе о СМИ должна появиться графа, что такое государственное СМИ, и вообще должно ли оно существовать или нет. Даже в виде бюллетеня, в котором публиковался бы свод постановлений.

Попытки менять Закон о СМИ предпринимаются регулярно. Только за прошлый год Комиссия по

СМИ Общественной палаты России отклонила более 70 поправок в Закон — прежде всего поправок, ужесточающих закон, касающихся условий работы журналистов, их прав и свобод.

Но попытки изменить Закон продолжаются. Так, в частности, 22 февраля 2011 года Госдума приняла в первом чтении законопроект «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового регулирования в сфере средств массовой информации, телевизионного вещания и радиовещания». Законопроект затрагивает, в том числе, вопросы правового регулирования Интернета.

Общественная палата РФ в связи с этим заявила, что проведет экспертизу данного законопроекта, что любые нововведения, касающиеся Интернета, его законодательного регулирования, воспринимаются с настороженностью, поскольку несут в себе угрозу ограничений распространения информации и цензуры. Что нужно очень гибко подходить к этому вопросу, совместно с экспертным сообществом, блогерами, общественниками, редакторами, журналистами, юристами обсуждать любые нововведения.

Общественная палата РФ сформулировала по поводу разгосударствления СМИ свои предложения и направила их во все структуры власти. Речь идет, в том числе, и о том, что финансирование СМИ должно проводиться через общественные структуры, палаты, организации, добываясь того, чтобы прямого участия власти в распределении денег не было. Опыт такой есть: Общественная палата РФ уже третий год распределяет миллиарды рублей среди общественных организаций — не государство, а именно Общественная палата.

По содержанию наши предложения по разгосударствлению СМИ следующие:

- запретить (через нормативно-правовые акты, а лучше законы) органам власти всех уровней лоббировать «свои» издания, заставить их выйти из состава соучредителей СМИ и прекратить тем самым прямое финансирование;

- на уровне государственной власти России: законодательно запретить органам власти субъектов Федерации учреждение и финансирование производства и распространения СМИ общественно-политической тематики, за исключением газет и журналов на языках малых народностей, изданий для инвалидов;

- ограничить государственные СМИ, созданные для официального опубликования законов и других нормативных актов, а также комментариев к ним, в публикации рекламы и платных объявлений;

- установить льготный режим налогообложения редакций СМИ, за исключением редакций, издающих газеты и журналы рекламного, эротического характера;

- сохранить на два-три года почтовые тарифы при подписке на газеты и журналы на уровне 2010 года;

- не допустить взимания Почтой России с редакций СМИ дополнительной платы за доставку печатных изданий до газетных узлов;

- решить вопрос о сохранении сети почтовых отделений, о возобновлении их как минимум пятидневного режима работы, так как сейчас число почтовых отделений в стране сокращается, режим оставшихся доходит до двух-, трехразового, что приводит к сворачиванию подписки на ежедневные газеты и нарушению прав подписчиков;

- разработать и реализовать программу разгосударствления прессы путем постепенной трансформации государственных СМИ в общественные или частные; незамедлительно ввести запрет на участие негосударственных структур в уставном капитале государственных СМИ и государственных структур в уставном капитале негосударственных СМИ; изменить методы управления государственными СМИ в направлении их профессиональной самостоятельности и учета общественного мнения, исключить государственные СМИ из рекламного рынка;

- провести реформы организационно-правового, экономического статуса местных СМИ: муниципальных, районных, городских газет, информационных центров и телерадиокомпаний — с целью обеспечения их независимой от собственника СМИ, органов местной власти редакционной политики;

- в качестве экономической гарантии такой независимости создать Общественный фонд финансирования деятельности местных СМИ, не зависящий от конъюнктуры существующей региональной и муниципальной власти.

Жизнь покажет, станет ли ситуация с «газетами, пароходами» и продекларированным намерением российской власти провести разгосударствление СМИ реальностью или... всего лишь приманкой для либеральной интеллигенции, гражданского общества на период предвыборной президентской кампании. Тема сегодняшнего, явно неблагоприятного состояния российских СМИ, их способности обеспечивать конституционные права граждан на объективную и честную массовую информацию, развиваться в русле мировых ценностей и демократических тенденций исключительно серьезна.

У России есть выбор пути, и СМИ должны помочь стране сделать его правильно. Впереди — огромная, напряженная и чем-то даже рискованная работа. Поэтому, как говорится, «улыбаться будем потом».

Кстати, о диалоге культур. Многим участникам дискуссий о разгосударствлении СМИ было интересно узнать, в частности, о том, что в Грузии, например, запрещено создание государственных СМИ. По мнению ряда экспертов, именно в этой стране лучшее законодательство в области СМИ — не только на территории бывшего СССР, но и в странах Восточной Европы. Во-первых, Грузия — единственная страна на постсоветском пространстве, в конституции которой запрещено создание государственных СМИ; во-вторых, там лучший закон о свободе информации; в-третьих, из уголовного кодекса Грузии изъяты все статьи, которые могут быть применены против журналистов. Наконец, там нет института аккредитации, и все ино-

странные журналисты вольны ехать, куда и когда они хотят: никто не требует от них получения разрешений.

Более того, правительство вводит новые стандарты публичности информации и свободы СМИ. Оно решило перейти на более высокие и демократичные стандарты, которые внедрены в США, Ве-

ликобритании и других развитых странах мира. Начата работа над законопроектом, согласно которому информация о том, кто является владельцем СМИ, кто стоит за теми или иными газетами, журналами и другими средствами массовой информации, откуда они получают финансирование, станет общедоступной и публичной.