

М. В. СЕСЛАВИНСКИЙ,

руководитель Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям

КУЛЬТУРА И СМИ

Культура не может существовать сама по себе, в замкнутой среде. Культуре необходим, говоря рыночными понятиями, потребитель, то есть человек, ее воспринимающий на личностном уровне. Дмитрий Сергеевич Лихачев, говоря об объективных исторических закономерностях развития культуры, как раз указывал на возрастание личностного начала и расширение социальной среды в ходе культурного развития. Подобные процессы не происходят сами по себе. Средства массовой информации — важнейший инструмент в деле приобщения населения к благам культурной цивилизации.

Д. С. Лихачев писал, что если мы сохраним нашу культуру и все то, что способствует ее развитию, — библиотеки, архивы, школы, университеты, периодику (особенно типичные для России «толстые» журналы), если сохраним неиспорченным наш богатейший язык, литературу, музыкальное образование, научные институты, то мы, безусловно, будем занимать ведущее место на Севере Европы и Азии.

Разумеется, задача сохранения культурного наследия — не магистральная задача для СМИ, это очевидно. Но она обязательно должна присутствовать в том широком спектре задач, которые выполняют сегодняшние средства массовой информации. И говоря о создании единого информационного пространства страны, нельзя отделять эту задачу от

другой — создания единого культурного пространства.

2007 г. мы планируем объявить в стране «Годом чтения». Сейчас готовится Указ Президента по этому поводу. Особая внутренняя логика есть в том, что год Д. С. Лихачева как бы дает старт всероссийскому «Году чтения». Естественно в реализации различных мероприятий «Года чтения» СМИ будут играть важнейшую роль.

Теперь несколько слов о том, как выглядит сегодня рынок средств массовой информации в России.

В Федеральной целевой программе «Культура России (2006–2010 годы)» и в Программе социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу (2006–2008) содержатся позиции по сфере печати и массовых коммуникаций, но они скорее выполняют обеспечивающую задачу. Хотя задачи модернизации сети телерадиовещания, обеспечения максимального охвата населения страны пакетом социально значимых телерадиопрограмм, пропаганды книги, поддержки чтения трудно назвать задачами не национального уровня.

В международной системе координат российский рынок СМИ выглядит совсем неплохо. По темпам роста внутреннего валового продукта наша страна в последние годы стабильно находится в группе лидеров. Рынок СМИ развивается еще быстрее. В условиях

растущей конкуренции меняется стратегия медиакомпаний, которые все больше развиваются как многопрофильные холдинги, включающие, по сути дела, все известные типы СМИ. Ведущие аналитики уверены, что в ближайшие годы в России будут построены несколько миллиардных по капитализации медиагрупп.

Неслучайным, на наш взгляд, выглядит в связи с этим и решение Правления Всемирной газетной ассоциации (WAN) о проведении 4–7 июня 2006 г. в Москве 59-го Всемирного газетного конгресса и 13-го Форума главных редакторов этой авторитетнейшей международной организации, практически накануне саммита G-8 в Санкт-Петербурге.

Всемирный газетный конгресс и Форум главных редакторов WAN проводятся ежегодно и собирают от 1500 до 1700 издателей и главных редакторов ведущих газет мира. В нашу страну ожидается приезд не менее 1600 представителей элиты мировой прессы — издателей и редакторов ведущих газет мира, руководителей крупнейших международных и национальных зарубежных медийных организаций и объединений из более 80 стран. Торжественная церемония открытия состоялась 5 июня 2006 г. в Государственном Кремлевском Дворце с личным участием Президента Российской Федерации В. В. Путина.

Работа Агентства как структуры государственного управления в настоящее время в значительной степени ориентирована на обеспечение эффективности мер, проводимых в рамках упомянутой выше Федеральной целевой программы «Культура России (2006–2010 годы)», ставшей продолжением аналогичной программы на 2001–2005 гг.

Приведу всего несколько цифр. В 2005 г. на оказание финансовой поддержки книгоиздания направлено 125 млн рублей, в том числе профинансирован выпуск 333 социально значимых изданий. На продолжение выпуска Большой российской энциклопедии выделено 35 млн рублей. Агентство также финансировало выпуск 60 книжных изданий для инвалидов по зрению на сумму 14,4 млн рублей. На финансовую поддержку изданий для инвалидов, телевизионных и радиопрограмм, субтитрование телепрограмм «Первого канала» в размере 500 часов в 2005 г. было направлено более 30 млн рублей. Особое внимание уделялось поддержке наших «толстых» литературных журналов, которые в настоящее время, к сожалению, переживают не лучшие времена. В 2004–2005 гг. Агентство на эти цели ежегодно выделяло более 3,5 млн рублей, или около 10 % всех средств, предусмотренных в федеральном бюджете на поддержку периодической печати.

На государственную поддержку периодических печатных изданий социальной и культурной направленности в бюджет 2005 г. было выделено 47,6 млн рублей, финансирование получили 222 издания 49 субъектов Федерации. В 2006 г. на эти цели средств направляется в три раза больше.

В федеральном бюджете предусмотрены средства и на поддержку государственных телерадиокомпаний, это 10 114,6 млн рублей. Из них на производство, распространение и тиражирование социально значимых программ в сфере электронных СМИ будет потрачено 470 млн рублей.

Конечно, такое перечисление «сухих» цифр на первый взгляд может показаться малопонятным, но за ними — реальные средства, направленные государством в индустрию СМИ. Хотел бы подчеркнуть — именно в индустрию СМИ, а не только в индустрию государственных СМИ.

Оценивая вклад СМИ в пропаганду достижений культуры, безусловно, необходимо отметить роль телерадиовещания.

В 2007 г. мы будем отмечать десять лет вещания телеканала «Культура». Сегодня его аудитория — более 91 млн потенциальных телезрителей, что составляет почти 63 % населения страны.

Можно говорить о том, что «Культура» — телеканал, не имеющий аналогов в мире. Суть его деятельности можно определить одним словом — просветительство.

Исторические и литературные исследования, «Фабрика памяти: крупнейшие библиотеки мира», «Слово и дело» — программы о русских философах, «Предлагаемые обстоятельства» — программа А. Смелянского об истории российского театра, «Странствия по минувшим годам» — программа О. Басилашвили о наиболее ярких событиях творческой жизни.

Миллионы зрителей страны могут видеть на экране лучшие музыкальные и драматические спектакли театров России и мира.

Авторские программы М. Пиотровского «Мой Эрмитаж», В. Гусева «Век Русского музея», «Пятое измерение» И. Антоновой, цикл «Третьяковка — дар бесценный» — названия этих программ нет необходимости комментировать.

Уникальная телевизионная коллекция лучших выступлений великих музыкантов XX в., представленная в новой программе «Классики» В. Спивакова, популярный цикл «Шедевры мирового музыкального театра», включающий прямые трансляции, способствуют расширению возможностей телезрителей всех возрастов в знакомстве с лучшими музыкальными исполнителями и коллективами.

Необходимо отметить, что создание и развитие телеканала «Культура» было бы не-

возможно без финансовой поддержки государства. 25 % средств, которые Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям направляет на производство социально значимых программ, получили проекты, вышедшие в эфире телеканала «Культура».

На поддержку проектов телеканала «Культура» только наше Агентство направило за последние два года почти 36 млн рублей, а с 2000 г. объем таких средств составил 110 млн рублей.

Кстати, одни из самых активных зрителей телеканала «Культура» — жители Санкт-Петербурга. Программы канала набирают высокие доли — 17,8 % и даже 18,7 %. Для канала освещение жизни Северной столицы, ее истории, культуры является одним из приоритетных направлений вещания.

Государство, поддерживая производство таких программ, выполняет функцию корректировки недостаточного присутствия в телерадиоэфире проектов просветительской, культурологической направленности.

Государственные радиостанции «Радио России», «Маяк», созданное полтора года назад радио «Культура» продолжают лучшие традиции отечественного радиотеатра, познавательных, литературных, музыкальных, исторических программ.

Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям принимает участие в развитии государственной радиостанции «Орфей»; это, по сути, единственная радиостанция, основу вещания которой составляет серьезная классическая музыка.

Государственная поддержка программ культурологической направленности распространяется и на проекты для радиотеатра, создание библиотеки на электронных носителях лучших литературных произведений современных авторов, русской и мировой классической литературы, в том числе произведений для детей.

Радиoprogramмы «Новая библиотека», «Домашнее чтение», «Мастерская радиотеатра», программа о книжных новостях «Порядок слов», программы «Разночтения», «Колобок и два жирафа» имеют своих постоянных слушателей.

Следует отметить и такие интересные телепроекты, как «Культурная провинция», «Провинциальные музеи России», «Театральный фонограф» — цикл передач по произведениям выдающихся русских писателей.

Стремясь привлечь молодежь к овладению достижениями культуры, мы уделяем внимание развитию культурологического сегмента российского Интернета, в том числе интернет-журнала молодых писателей «Пролог», интернет-портала Института русской литературы (Пушкинский Дом), интернет-журналов «Музыка для всех», «Читай-ка!», интернет-портала: www.Kultura-portal.ru.

Всего на поддержку проектов в сфере истории культуры, образования Агентство направило в 2004–2005 гг. более 378 млн рублей.

Большую роль в развитии культуры играют печатные средства массовой информации. В 2005 г. рынок российской периодики продемонстрировал динамичный качественный рост. В стране было реализовано печатных изданий на сумму более 62 млрд рублей (включая бесплатное распространение), из них на 16,5 млрд рублей по подписке. Кроме того, в 2005 г. пресса освоила около 39 млрд рублей рекламных средств (из 140,2 млрд рублей). В совокупности российский рынок периодической печати (распространение + реклама) в 2005 г. превысил 100 млрд рублей, а объем инвестиций в него составил более 34 млрд рублей (против 28,5 млрд рублей в 2004 г.). Общее количество зарегистрированных печатных СМИ в Российской Федерации составляет почти 53 тыс. наименований, то есть увеличилось более чем в 2 раза.

Таким образом, прессы у нас сегодня много хорошей и разной. Безусловно, культурологическая роль ее далеко не однозначна. Наряду с качественными изданиями встречается много наносного, а то и откровенно пошлого. К сожалению, по сравнению с началом 1990-х гг. в несколько раз сократились тиражи прессы, утратили былую роль и культурологическое значение «толстые» литературные журналы, многие ранее популярные и известные издания для детей и молодежи. Пресса стала преимущественно гламурно-светской. Однозначно сказать, что это плохо, нельзя, хотя вопросы возникают.

По мере стабилизации общества и взросления нашего капитализма интерес к подлинной культуре в стране возрождается достаточно быстро. Как следствие, в последние год-два количество изданий о культуре, искусстве, театре, архитектуре, художественной фотографии, антиквариате, ландшафтном дизайне и так далее увеличилось в несколько раз и продолжает расти. Они издаются неплохими тиражами, с весьма приличными текстами и, как правило, в очень хорошем полиграфическом исполнении. В 2005 г., например, начал издаваться великолепный художественный журнал «Русское искусство». Издательский дом «Индепендент Медиа» предложил рынку еще одно издание об искусстве и культуре premium-класса — журнал «Эрмитаж», предназначенный для профессионалов и любителей искусства, в том числе коллекционеров. Этот ряд продолжил журнал-галерея ZOOM, почти полностью состоящий из высокохудожественных фотографий. Еще в 2004 г. в России появился журнал «Художественная галерея». А число

изданий о культуре прикладного характера растет чуть ли не в геометрической прогрессии.

Рынок прессы в нашей стране находится на подъеме. Однако утверждать, что динамика его развития однозначно положительная, преждевременно. Пока он очень молод и наличие проблем переходного периода для него закономерно. Бизнес-проектов на этом рынке уже реализуется немало и с каждым днем становится больше, но в процентном отношении, особенно в газетном сегменте, они пока не преобладают. Наблюдается рост потребительского спроса на чисто развлекательные издания. Издательскому бизнесу все еще присущи неорганизованность и нестабильность, его раздражают внутренние противоречия.

К сказанному следует добавить излишнюю сенсационность контента основной массы газет и журналов, падение их социальной и культурно-просветительской роли в обществе, широкое распространение в печати заказных материалов и поверхностной журналистики, опирающейся преимущественно на интернет-ресурсы и не обременяющей себя ответственностью за достоверность фактов, впрочем, как и за чистоту русского языка. К сожалению, нередки случаи прямого нарушения законодательства Российской Федерации о СМИ, особенно в области рекламы и соблюдения запретов на пропаганду секса, культа насилия.

В минувшем году в соответствии с поручением Президента Российской Федерации В. В. Путина Агентство подготовило для представления в Министерство культуры и Правительство Российской Федерации предложения, касающиеся поддержки в 2006-м и последующие годы социально значимых проектов общегосударственных, региональных и местных периодических печатных средств массовой информации. Они были приняты, и объем средств на субсидирование периодических печатных изданий на указанные цели в федеральном бюджете в 2006 г. был увеличен с 47 млн до 150 млн рублей.

На получение государственной субсидии в 2006 г. могут претендовать печатные СМИ

любой организационно-правовой формы и любой тематической направленности, в том числе региональные и районные (городские) периодические печатные издания, но только под реализацию социально значимых проектов. Такой подход будет применяться впервые.

Приоритетные темы таких проектов определены исходя из насущных государственных интересов. Среди них: содействие реализации президентских национальных проектов, нравственное оздоровление общества, повышение рождаемости, формирование культуры семьи и здорового образа жизни, борьба с терроризмом, преступностью, коррупцией, экстремизмом, расовой и религиозной нетерпимостью, развитие межнационального диалога народов России, пропаганда достижений нашей страны в сфере науки, культуры и искусства. По каждому тематическому направлению устанавливается минимально необходимый объем и количество публикаций. Редакциям печатных СМИ, претендующим на получение государственной субсидии, планируется возмещать расходы, связанные с подготовкой и опубликованием социально значимых материалов: авторский гонорар журналиста, подготовившего публикацию, оплата труда редактора и корректора, а также часть производственных затрат.

Кроме того, по нашему мнению, начиная с 2007 г. следовало бы вернуться на федеральном уровне к практике создания для печатных СМИ Российской Федерации, связанных с образованием, наукой и культурой, оптимального режима налогообложения деятельности, имеющего целью сделать их максимально доступными для населения. Прежде всего, установить ставку НДС в размере 5 % на все виды работ и услуг по производству и распространению таких изданий, как это практикуется в большинстве стран Евросоюза.

Надеемся, что в совокупности предпринимаемые и планируемые меры позволят более эффективно и предметно решать с помощью прессы задачи нравственного оздоровления, культурного и экономического развития российского общества.