

Секция «Журналистика»

Договоры об информационном обслуживании между властью и СМИ

Бурьянова Мария Валерьевна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет

журналистики, Москва, Россия

E-mail: maria.buryanova@yandex.ru

Договоры об информационном обслуживании – особая форма взаимоотношений власти и СМИ, при которой последние обязуются вести определенную информационную политику по отношению к первым взамен на финансовое поощрение.

Исторически корни этого явления в нашей стране уходят в конец 20 века, когда СМИ "принадлежали тем или иным политическим или финансовым группам а "государство мало вмешивалось в жизнь редакций потому что "не хватало денег на жизнь, не то что на подкуп журналистов. В нулевых появились свободные деньги, и родилась идея заключать договоры информационного обслуживания, которые областные, городские и районные администрации стали подписывать со всеми СМИ"[5].

Явление договоров об информационном обслуживании между властью и СМИ – это признак болезни, характерной для слабого гражданского общества, в котором не соблюдается принцип свободного формирования и плюрализма общественных мнений. Там, где не существует перспективы развития полной независимости средств массовой информации от власти, невозможно говорить о становлении демократии.

Задача данного исследования – всесторонне изучить это явление: разобраться в мотивах сторон, заключающих подобные соглашения; последствиях этого для журналистики и общественности; рассмотреть механизм, структуру этих взаимоотношений; предложить варианты решения проблемы. Работа была построена на основе анализа публикаций в СМИ за последнее десятилетие.

Начнем с мотивов: какие цели преследует каждая из сторон? Для чиновников это, во-первых, механизм манипуляции общественным мнением, а во-вторых, возможность нецелевого использования бюджета в виде «откатов». Но по мере знакомства с «образом мыслей» редакций СМИ (особенно в регионах) возникает вопрос наподобие дилеммы курицы и яйца. Что является мотором, запускающим этот процесс: необходимость информационного освещения деятельности государственного служащего в целях легитимации его власти или заинтересованность в экономической выгоде самого СМИ? Освещать деятельность государственных структур только за материальное вознаграждение или не освещать совсем, – возможно ли, что этим принципом руководствуются многие редакции? Какова вероятность того, что политики окажутся в информационном вакууме, если не будут заключать сделки со СМИ?

И здесь мы переходим к вопросу о мотивах для самих редакций. Рассматривая информационные договоры как составляющую доходной части бюджета СМИ, нельзя не отметить двойственную природу средства массовой информации: ведь это и площадка для размещения журналистской информации, и в то же время – бизнес-структура, со всеми экономическими вытекающими. Аксана Панова, главный редактор российского информационного интернет-агентства Ura.ru, рассказывает о трех моделях выживания для СМИ. «Модель первая – сотрудничать с государством, брать бюджеты от них <...>.

Вторая ситуация: Вы находите генерального инвестора – владельца, который СМИ субсидирует. <...>. И есть третий вариант <...> завести много мелких инвесторов: набираешь пул информационных партнеров и маневрируешь между ними, сохраняя баланс, независимость и гражданскую позицию» [3]. Попросту говоря, информационные договоры для СМИ – это хлеб, продаваемый по демпинговой цене.

Говоря о последствиях, очевидно, что размываются этические основы журналистики, призванной быть честной и объективной. Журналистика перестает выполнять свои основополагающие функции, а значит, общество страдает от неполноценности этого института. В нашей стране это замкнутый круг, который выглядит следующим образом: обществу необходима журналистика о журналистика – это СМИ о для обеспечения своей жизнедеятельности СМИ нужны деньги о СМИ финансируются чиновниками о но тогда СМИ – уже не та журналистика, которая так необходима обществу. Есть ли выход во всей этой истории?

Прежде всего, необходимо сократить бюджеты пресс-служб государственных органов, не предусматривая расходы на размещение информационных сообщений в средствах массовой информации. В пример, который проиллюстрирует долю этой расходной статьи в общем бюджете, приведем цифры из «Отчета об исполнении областного бюджета за 9 месяцев 2012 года» Архангельской области [4]:

«Агентство по печати и средствам массовой информации Архангельской области осуществляло системную работу по информационному сопровождению проектов.

– подготовлено и размещено 291,7 полос формата А-3 информационных сообщений в региональных и федеральных печатных СМИ на сумму 11 352,7 тыс.рублей.

– подготовлен и растражирован видеофильм к 75-летию со дня образования Архангельской области, произведено и размещено 342 минуты сюжетов на федеральных и региональных телевизионных каналах на сумму 2 356,8 тыс.рублей; <...> »

Суммарная цифра бюджета составляет около 15 млн рублей. 76% (11,4 млн) – это публикации в печатных СМИ. Еще 16% – это сюжеты на ТВ и видеофильм. На остальные 8 статей расхода приходится около 8%.

Необходимо также сократить количество "обязательных" площадок для освещения деятельности государственных органов до двух: 1) государственные средства массовой информации; 2) сайты государственных органов. Основными формами коммуникации с журналистами сделать следующие: комментарии, интервью, рассылка пресс-релизов, проведение пресс-конференций.

Что касается экономически слабых средств массовой информации, выход подсказывает система государственных дотаций «второй прессы» в странах Скандинавии, где все СМИ, независимо от политической ориентации, имеют равные права на государственную поддержку [1].

Закончить хотелось бы цитатой из интервью с главным редактором газеты "Вечерний Северодвинск" Вячеславом Белоусовым, которая отражает, на наш взгляд, должное понимание взаимоотношений власти и СМИ: "Самые честные отношения – построенные на основе Закона и разделении обязанностей: это когда у власти свои функции, а у прессы – свои. Сделала власть что-то хорошее – пишем, упустила или нагрешила – тоже сообщаем читателям" [2].

Литература

1. Варганова Е.Л. Северная модель в конце столетия. Печать, ТВ и радио стран Северной Европы между государственным и рыночным регулированием. М., 1997.
2. Вахрушева К., Светличная Е. Вячеслав Белоусов: "Не надо путать критику с враньем" // Бизнес-класс Архангельск : Информационно-аналитическое издание. 2013, 10 янв. URL: <http://www.bclass.ru/vlast-i-obschestvo/vyacheslav-belousov-ne-nado-putat-kritiku-s-vran-m/> (дата обращения: 15.01.2013).
3. Винокурова Е. "Надо красиво жить, а не красиво умирать" // Газета.ru : Интернет-издание. 2012, 13 окт. URL: http://www.gazeta.ru/politics/2012/10/13_a_4811161.shtml/ (дата обращения: 15.01.2013).
4. Отчет об исполнении областного бюджета за 9 месяцев 2012 года // dvinaland.ru : Сайт Администрации Архангельской области. 2012, 30 нояб. URL: <http://www.dvinaland.ru/oblastnogo-byudzheta/34263/> (дата обращения: 15.01.2013).
5. Шеремет П. Пошли на Ура // Kommersant.ru/ogoniok/ : Еженедельный общественно-политический журнал. 2012, 22 окт. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2045201/> (дата обращения: 15.01.2013).