

УДК 070
ББК 76.1
П 637

П 637

Постсоветские СМИ: от пропаганды к журналистике. -
Ереван, Кавказский институт СМИ, 2005. - 192 с.

Концепция и предисловие В. Четеряна
Редактор Н. Искандарян
Дизайн обложки: студия Matit www.matit.am
Макет: студия “Коллаж”

Post Soviet Media: from Propaganda to Journalism. -
Yerevan, CMI, 2005. - 192 p.

Concept and foreword by V Cheterian
Editor N.Iskandaryan
Cover design by Matit www.matit.am
Layout by Collage Ltd ББК 76.1

ISBN 99941-2-014-x

© КИСМИ, 2005
© 2005 by Caucasus Media Institute

.....**ВЛИЯНИЕ ТЕХНИКИ «ОПЛАЧЕННАЯ СТАТЬЯ» НА СПАД
ПЕЧАТНОЙ ПРЕССЫ В РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА**.....

Молдавская пресса как отражение общественных процессов

Республика Молдова - самая восточная страна латинского мира с сильно выраженным полиэтническим компонентом. Сегодня она - единственная из 27 стран с переходной экономикой, которая официально признает наличие на своей территории двух проблемных регионов - Приднестровья и Гагаузии. И положение, сложившееся в молдавской прессе, является отражением социальных, экономических и политических процессов, происходящих в обществе. За годы, прошедшие с момента провозглашения независимости Молдовы, произошли значительные изменения в информационном поле республики, как количественные, так и качественные.

Когда-то в Молдове существовало единое информационное пространство: государственное телевидение и радиовещание, два агентства новостей - АТЕМ и ТАСС, государственная - центральная и региональная - пресса.

Сегодня СМИ подразделяются на государственные и негосударственные (к ним мы относим издания неправительственных организаций, частные и партийные). По мнению журналиста из Приднестровья Григория Волового, «определенный менталитет и еще старые советские традиции, сохранившиеся в нашем обществе, не позволяют государственным СМИ предоставлять газетную и журнальную площадь или эфир для отражения деятельности организаций или индивидуумов без санкции «сверху».

Негосударственные СМИ заинтересованы излагать точки зрения любых групп людей. Это диктует и их специфика - экономическая (иначе невозможно было бы и привлечь читателя и экономически выстоять) и, собственно, суть их работы».

По данным Центра независимой журналистики за 2002 г., в Молдове функционировало 10 информационных агентств, 13 частных радиостанций, более 50 частных телевизионных студий, около 100 газет и журналов (из них 54 на румынском языке, 31 - на русском, 21 - билингвы). Большинство из них выпускаются в Кишиневе. К сожалению, эта информация неточна, поскольку в каталог не

вошли издания Приднестровья и Гагаузии, этнических общин¹, бюллетени неправительственных организаций, вузовские газеты, многие из которых регулярно выходят уже не первый год.

Наибольший тираж - около 40 тысяч экземпляров - имеет сегодня газета «Коммунист», печатный орган правящей партии. На втором месте государственные газеты «Независимая Молдова» и «Молдова суверанэ» - что-то около 17 тысяч. Тираж 3-5 тысяч для частных изданий считается очень хорошим. Однако только редакторам печатных изданий известна печальная цифра возврата из киосков непроданных экземпляров.

Распространенные мифы нашего времени о СМИ *Независимость прессы*

Абсолютное большинство СМИ называют себя независимыми, но так ли это на самом деле? Мы знаем, что нет, и причины этого нам известны: несовершенство действующего законодательства о печати и связанная с этим незащищенность журналистов, а также тотальная коммерциализация прессы. Снижение уровня подготовки журналистов в вузах и престижа этой профессии в целом вызвано резким ухудшением экономического статуса журналистов. Журналист стал далеко не неподкупен.

В августе-сентябре 2002 г. в Кишиневе разразился скандал. Двух журналистов газеты «Ассенте» обвинили в шантаже. Предприимчивые молодые люди применили тактику, которую широко используют в газетах и журналах для «отлова» рекламодателей, когда под готовый материал начинают искать рекламу. Например, некая разочарованная в любви журналистка пишет симпатичную статейку «Если тебя бросил любовник, иди к парикмахеру», а рекламный агент по заданию редактора начинает обзванивать косметические салоны и парикмахерские для обеспечения «рекламной поддержки». Два-три небольших рекламных объявления позволяют окупить затраты на публикацию статьи и выплатить гонорар автору.

Герои скандала упростили этот процесс до безобразия: «Нам принесли интересную, острую статью, в которой, к сожалению, в негативном плане раскрывается деятельность вашей фирмы. Ах, это неправда? Тогда купите у нас газетную площадь и расскажите, какие вы хорошие, белые и пушистые». По неофициальным данным, сум-

¹ Газеты русской, украинской, еврейской и других общин

ма откупных составляла в прошлом году 200-300 долларов. На эти деньги можно было отпечатать в типографии двух-трех тысячный тираж черно-белой 8-полосной газеты формата А3, в нашем случае, газеты «Accente».

Увы, сегодня журналист зависим, в первую очередь, от денег, вернее от их хронического отсутствия.

Кто владеет информацией, тот владеет миром

Этот лозунг в полном объеме используют сегодня все, кто действительно обладает информацией в силу своего официального статуса. Попробуйте, например, получить какие-либо данные для ваших статей в Департаменте статистики. Вам предложат заглянуть на их сайт, содержащий информацию только на государственном языке, или купить справочник стоимостью около 10 долларов. Назвать достоверной информацию, которую вы из него получите, весьма проблематично: вы не найдете там данных не только по целым регионам страны, но и за отдельные годы. Очень сомнительны данные по частному сектору, по оплате труда и безработице.

С другой стороны, журналист, раскопавший интересную информацию, может остаться единственным ее обладателем, поскольку не найдется желающих ее опубликовать то ли из-за боязни, то ли из-за невозможности получить за нее деньги, то ли просто из-за нежелания редактора. В клубе «Хаббес-Джионат», объединяющем женщин-журналисток из Молдовы и Швеции, даже родилась идея издать сборник статей под названием «Отвергнуто редакцией».

Свободный доступ к информации

На обратной стороне членского билета Союза журналистов Молдовы отпечатана надпись на четырех языках - румынском, английском, французском и русском, которая гласит: «Просим должностных лиц, оказывать полное содействие предъявителю настоящего билета», т.е. предоставлять всю необходимую информацию. Просьба - это всего лишь просьба, и нам часто отказывают. Отказ в доступе к информации госчиновники любят оправдывать расплывчатой статьей Закона о печати - о государственной тайне, которую они толкуют весьма произвольно, или вообще отказывают в информации без каких-либо комментариев.

Приведу пример из своей практики. При подготовке очередной статьи для рубрики «Архивариус» мне потребовались сведения, хранящиеся в городском архиве ЗАГСа. Мне отказали, несмотря на ре-

комендательное письмо главного редактора газеты, хотя аналогичные сведения я беспрепятственно и за символическую плату получала на протяжении двух лет в Национальном архиве Республики Молдова.

В соответствии с Законом о печати любое СМИ имеет право аккредитоваться при парламенте страны. Но попробуйте найти среди уже аккредитованных журналистов представителей этнических изданий, которых у нас достаточно много, или попытайтесь попасть на заседания правительства, во время которых журналисты томятся перед закрытой дверью или слоняются по коридору, ожидая своей очереди взглянуть на пресс-релиз, отпечатанный в одном единственном экземпляре - на всех (!).

Газета - рупор общественного мнения

Уже нет. Теперь СМИ создают общественное мнение, изменяют его или просто скрывают. Отсев информации происходит из-за политических пристрастий редакторов, издателей и тех, кто стоит за их спинами. По этой причине огромный пласт информации, касающийся процессов развития гражданского сообщества, остается скрытым от широкой публики.

В 1999 г. чуть было не увенчалась успехом попытка передела рынка рекламы в пользу румыноязычных изданий путем внесения в Закон о рекламе небольшой поправки, предусматривавшей публикацию рекламных объявлений в прессе только на государственном языке. Текст поправки (одним из авторов которой был председатель Союза журналистов Молдовы) прошел уже второе чтение в парламенте, когда короткое - в три строчки - сообщение об этом попало мне на глаза при просмотре ленты новостей одного из агентств. Редакторам русскоязычных изданий удалось в течение двух дней созвать собрание, которое, конечно же, не обошлось без скандала, но в результате дискриминационные поправки не были приняты.

Известная защитница чистоты окружающей среды, журналистка Барбара Д'Эчилл как-то сказала: «Нельзя безнаказанно манипулировать общественным мнением ... важно предоставлять точную информацию - научно обоснованную и без преувеличений. Когда она будет понятной сапожнику, садовнику, булочнику и домохозяйке, мы сумеем настроить общественное мнение так, что оно будет принуждать правительства заботиться о защите окружающей среды». Это высказывание вполне справедливо и по отношению к другим аспектам жизни общества.

Быть журналистом - престижно

20-30 лет назад профессия журналиста была представлена в основном мужчинами. «Трое суток не спать ради нескольких строчек в газете», мчаться, сломя голову, в тундру, пустыни, горячие точки было привилегией мужчин, как служба в армии. Были, конечно, «акулы пера» и среди женщин, и их имена знала, чтит и любила вся страна. Однако существует любопытная закономерность, которую подметили экономисты еще лет сто назад. Процесс раскрепощения женщин и вовлечения их в профессиональную сферу сопровождается освоением чисто мужских специальностей. Многим известно, что работающие женщины до сих пор получают лишь 75% оплаты за равный с мужчинами труд, и это касается всех сфер деятельности. Но только специалисты знают, что после прихода женщин в мужские профессии происходит общее снижение оплаты труда всех занятых в данном виде деятельности.

То же самое наблюдается и в журналистике: феминизация профессии провоцирует снижение уровня зарплаты и вызывает отток мужчин из этой профессии. Путеводитель по СМИ Республики Молдова «Кто есть кто» (Центр независимой журналистики, 2003) содержит информацию о 241 журналисте, из которых более трети (83) - женщины. Однако в справочник не попали данные о журналистках, пишущих на русском и других языках, кроме редакторов двух-трех крупных газет. Две трети студентов факультета журналистики сегодня - девушки, так что феминизация журналистики в Молдове - это не пустые слова.

Весной 2003 г. в Кишиневе произошел случай, вызвавший шок среди журналистов. В разгар предвыборной кампании по Национальному телевидению прошла передача, в которой показали кадры, отснятые скрытой камерой. Пленка зафиксировала времяпрепровождение в сауне двух журналисток. По версии авторов передачи, поход в сауну финансировал некий никому неизвестный бизнесмен в качестве оплаты за какие-то публикации. Сюжет был сделан топорно, но бурю негодования вызвал сам факт использования сомнительных материалов, персонажами которых стали женщины-журналистки.

Эта история весьма показательна, поскольку иллюстрирует не только «престижность» профессии журналиста, но и отношение к женщине в стране, где слово гендер путают с тендером, а госчиновник высокого ранга искренне признается: «Я не знаю, что такое гендер, но думаю, что он должен быть у каждой женщины».

За новости хорошо платят

Кто и кому? Большинство зарубежных газет ищут сообщения,

интересные для всех. Ежедневным газетам нужны как местные, так и национальные новости. Крупные газеты обращаются и ко всему населению, и к каждому в отдельности. Каким образом газета получает доступ к новостям? В основном, через крупные информационные агентства типа «Рейтер» или «Ассошиэйтед пресс». Многие ли знают, что «Ассошиэйтед пресс» - это неприбыльная организация, которой владеют СМИ, и которых она обслуживает на кооперативных началах? Тем не менее, это одно из самых крупных, старых и уважаемых агентств подобного типа, имеющее 120 информационных бюро по всей территории США и поставляющее новости в более чем 1300 ежедневных газет. Значит, дело не в прибыльности предприятия, а в том, что информация необходима любому из нас каждый день. Главное, надо умело организовать дело и руководствоваться профессиональным журналистским подходом.

О причинах спада печатных СМИ

По меткому замечанию известного кардиохирурга и писателя Николая Амосова, чтобы разобраться в запутанной ситуации, следует упростить ее до невозможности, и тогда всплывут истинные мотивы людских поступков. В нашем случае даже упрощать не надо - все и так лежит на поверхности: деньги, деньги и еще раз деньги.

Вот, например, новости. Они интересны всегда и для всех: тем, кто их читает, слышит и видит по телевизору, а также тем, кто их добывает и публикует. Но никто почему-то не вспоминает, что новости создаем своей каждодневной деятельностью политики, предприниматели, пенсионеры и студенты, госслужащие и волонтеры неправительственных организаций, одним словом, народ. И многое из того, что они делают, достойно упоминания.

Но из-за всеобщей коммерциализации уважаемые в прошлом издания превратились из информационных практически в рекламные. Сузилась тематика публикаций. Многие из того, что интересует читателей, выпало из поля зрения журналистов. То, что было когда-то силой прессы, - действенность и немедленный отклик исполнительной власти - утрачено. В этом я вижу вину не только властей, но и самих журналистов, действующих по принципу «заплатишь - напишу», или редакторов, зависимых от своих финансовых доноров

и руководствующихся политикой двойных стандартов². По словам журналистов По словам журналистов ведущего экономического еже-

недельника страны, в этом объемном, что-то около 50 полос, издании нет ни одного неоплаченного материала, даже аналитический обзор кем-то проплачен!

В Молдове потребителей информации любят потчевать взаимными перебранками и выяснением отношений между редакторами и журналистами ведущих изданий, совершенно не интересных абсолютному большинству читателей! В этой связи стоит вспомнить эпистолярную дуэль между главными редакторами газет «Независимая Молдова» и «Литература ши Арта» («Литература и искусство») в конце 90-х гг. уже прошлого века, затянувшуюся не на один месяц. Оба редактора были поэтами, и «литературная разборка» началась из-за авторских амбиций.

Возможно, именно поэтому на вопрос агентства «Опиния» («Мнение»): «На сколько газет и журналов подписывается ваша семья?» 68% респондентов в 2001 г. ответили «Ни на одну». А социологический опрос, проведенный в мае 2003 г. бухарестским институтом IMAS, показал, что 59,3% населения считают телевидение и радио основным источником информации, и лишь затем упоминают печатную прессу. Около трети респондентов (30%) совершенно не читают газет. И может ли быть иначе, когда страницы печатных изданий наполнены замаскированной под «жизнь» рекламой, а из-за «парадного» портрета торчат уши очередного бизнесмена, щедро оплатившего публикацию?

Мне запомнилось интервью журналиста из Сан-Франциско Дэвида Туллера, данное корреспонденту украинского журнала «Перехрестя» (№ 2, 1999): «Когда у нас журналист берет информацию, он обязательно берет ее из нескольких источников. Мы формируем отношение к событию или явлению, приводя мысли разных людей и избегая при этом комментария. У вас же журналисты любят пустословить. Да и их тотальную ангажированность мне тоже трудно понять» и ответ украинского корреспондента: «... нашу прессу можно было бы назвать продажной, если бы журналистам хотя бы немножко платили. Речь идет не о взятках, а об элементарной зарплате, которую во многих СМИ или не выплачивают или выплачивают не

² Так, в одной популярной газете главный редактор поставил перед журналистами задачу с взаимоисключающими условиями: статьи должны быть интересными, острыми, но не задевающими сильных мира сего, дабы не попасть под суд, не рекламными, но желательно, чтобы их кто-нибудь оплатил... В таком маленьком государстве, как наше, подобная задача просто не выполнима, а попытки следовать заданной установке автоматически ведут к коррумпированности и журналиста, и издания в целом.

полностью».

Средняя заработная плата журналиста в Молдове составляет 400-800 леев. В зависимости от курса валюты это около 25-50 долларов. Гонорары обычно выплачивают построчно - от 0,06-0,1 до 1-1,5 леев. И если вы написали статью в 400 строк (примерно одна полоса формата А3), то ваш гонорар может составить от 25 леев (в газете) до 600 леев (в иллюстрированном журнале). Впрочем, я с 2000 г. жду гонорар за статью, опубликованную в одном богато иллюстрированном журнале, «распространяемом среди VIP-персон».

Многие издатели газет и журналов в Молдове выработали специфическую практику эксплуатации журналистского труда, этапы которой сводятся к следующему:

- ◆ пользуясь избытком рабочей силы на рынке труда, работодатель принимает журналиста, готового выполнять работу по устному соглашению (вопросы условий работы и заработка четко не обговариваются);
- ◆ журналист работает некоторое время без зарплаты, уповая на порядочность «своего человека»;
- ◆ вскоре работодатель предвзято начинает искать недостатки в работе журналиста;
- ◆ журналист, не выдержав психологического прессинга, уходит в поисках другой работы;
- ◆ работодатель, использовавший дармовой труд, вновь дает объявление о вакансии, и порочный круг начинается снова.

Незащищенность журналиста на рынке труда заставляет его искать свои способы добывания средств к существованию, самым простым из которых является требование оплаты своего труда у заказчика, минуя бухгалтерию редакции.

В одной из газет, пишущей на экономические темы, применяется следующая схема. Журналист договаривается с редактором о публикации статьи проблемного или спорного характера, хорошо оплаченной заказчиком. Оплата производится в наличных, которые делят между собой редактор и автор статьи. Бывало, что факты, изложенные в статье, не соответствовали действительности, и тогда на газету подавали в суд. Это тоже было выгодно всем. Заказчик получал желаемую публикацию, журналист и редактор - деньги, кто-то - компенсацию за моральный ущерб, суд - оплату издержек, а газета - репутацию борца за истину. Правда, страдали другие члены редакции, ведь штрафы уплачивались из общего бюджета газеты, а рядовым сотрудникам что ни месяц снижали зарплату. Сегодня в этой газете из восьми штатных журналистов осталось трое на зарплате в

250 леев, которые просто вынуждены писать хвалебные оды чудобизнесменам и производимым ими чудо-товарам, конечно, за небольшую мзду. Уважаемая в прошлом газета превратилась в рекламный листок и потеряла своих читателей, резко уменьшилось число подписчиков, а тираж снизился на порядок.

Возможно, именно поэтому у нас в Молдове так трудно пробиться на страницы газет с информацией о широкой и многогранной деятельности неправительственных организаций, не имеющих средств оплачивать информацию о себе, поскольку такую информацию во всех СМИ приравнивают к рекламе, не желая видеть разницы между рекламным и информационным сообщением, касающимся всего общества.

Хотелось бы, чтобы хоть иногда руководители изданий и журналисты вспоминали об основном назначении СМИ - информировать общество о протекающих в нем процессах. Плохая информированность, равно как и отсутствие достоверной информации, порождают в обществе искаженные мнения, перерастающие со временем в стереотипы. Представителей «четвертой власти» сегодня склонны рассматривать скорее как активистов «пятой колонны». И это прямо подтверждает факт перераспределения интересов населения на рынке СМИ Республики Молдова. Наиболее высокий рейтинг имеют российские телеканалы ОРТ (76,1%), РТР (31%), НТВ(14,6%) и молдавские PRO TV (27,4%), NIT (21%), Moldova-1 (36,9%), причем лидируют передачи развлекательного характера: «Поле чудес», «Кто хочет стать миллионером?» (Россия), «Сюрпризы, сюрпризы» (Румыния), «Шоу тети Людэ» (Молдова). Телевизионные новости находятся на втором месте. «Евроныюз» смотрят лишь 1,2%, а о CNN опрошенные даже не упомянули.

Радио в списке предпочтений опрошенных стоит на втором месте после телевидения: «Русское радио» (44,2%), «Радио Молдовы» (34,5%), «Hit FM» (16,2%), муниципальная станция «Антенна С» (12%). Местный эфир этих радиостанций составляет в среднем 4-5 часов, из которых лишь 10 минут 1-2 раза в день отводятся под выпуски новостей.

Интернет в качестве источника информации назвали лишь 7% респондентов. Реже одного раза в неделю читают газеты 13% опрошенных.

Это ли не показатель коллапса печатной прессы в Республике Молдова?