

Бондарева Л.В.

Государство и СМИ в условиях возрастающей коммерциализации журналистики

Под влиянием процессов конкуренции с электронными СМИ, а также углубляющейся коммерциализации журналистики происходит формирование определенного типа массовой аудитории, политически и идеологически инертной, ориентированной преимущественно на потребление развлекательной и «облегченной» визуальной информации. С этим связано неуклонное сокращение тиражей ежедневных газет, уменьшается общее число ежедневников. Даже в традиционно «газетных» странах Европы, где к числу регулярных читателей ежедневной прессы относится большинство граждан (например, в Германии) количество подписчиков сокращается, а также уменьшается средняя продолжительность чтения газет.

Кризис газетной прессы проявляется, в частности, в поглощении и в вытеснении изданий конкурентами, в результате чего издания, выдержавшие конкурентную борьбу, нередко превращаются в абсолютно доминирующие на рынке органы печати. Так, в Нью-Йорке, на огромном рынке периодики и рекламы, к началу 1990-х годов уцелело лишь четыре. Фактически же на нью-йоркском рынке доминирует единственная ежедневная газета – «Нью-Йорк Таймс», через которую проходит основной массив коммерческой рекламы и рекламных доходов. В 1992 г. Американский Центр для иностранных журналистов сравнил ситуацию в Нью-Йорке с положением в других крупных городах мира: в это же время в Маниле (Филиппины) выходило 28 ежедневных газет, в Варшаве – 14, в Лагосе (Нигерия) – 12 [1].

Возрастающая сегментация рынка журнальной периодики приводит, с одной стороны, к увеличению количества и типологического многообразия специализированных по содержанию изданий, нацеленных на небольшую долю читательской аудитории, и, с другой стороны, к сокращению тиражей, а нередко и закрытию крупнейших высокотиражных журналов (что наблюдается в последние годы в США и некоторых других странах).

Особой остротой отличается кризис периодики политических партий. Издания, действующие сообразно логике политической конкуренции и борьбы идей, в рыночной среде неизбежно уступают место наиболее приспособленным к ней коммерческим средствам массовой информации. Одновременно, заметно падение интереса к политической прессе, особенно среди молодой аудитории. Деполитизация сочетается с ростом индивидуализма среди западноевропейцев и североамериканцев: состояние общественных и политических дел вызывает намного меньше озабоченности, чем личные проблемы. При этом выразителями взглядов и позиций политических партий сегодня чаще являются формально независимые от политиков издания, нежели органы печати, открыто заявляющие о связях с издающими их партиями.

Проблема сохранения плюралистического характера периодической печати приобретает особую остроту сейчас, когда угроза исчезновения стала реальной не только для политических изданий, но и для многих газет и журналов, которые в условиях конкуренции с телевидением и с Интернетом лишаются рекламной базы, необходимой для их выживания. Исчезновение неприбыльных периодических изданий лишает многих граждан общественнозначимых новостей внутренней и внешней политики, регулярной информации о деятельности центральных и местных органов власти, об общественной и духовной жизни. Оно будет означать ограничение права граждан иметь беспрепятственный доступ к многообразным, в том числе и альтернативным, источникам информации. Эти тенденции ставят под сомнение

представление о прессе как о «четвертой власти» и «рынке идей», подрывает демократические устои общества.

В ряде европейских стран действуют государственные программы, направленные на поддержание газетной индустрии. Для решения острой проблемы выживания печати страны ЕС осуществляют государственную протекционистскую политику, предусматривающую прямые финансовые дотации органам прессы и издателям, почтово-телеграфные, налоговые, таможенные и иные льготы. В случаях, когда эта политика имеет последовательный и долговременный характер, удается добиться впечатляющих результатов. Например, в Финляндии, где она осуществляется с 1960-х гг., без поддержки со стороны государства не выходила бы половина существующих изданий.

В некоторых европейских странах правительства субсидируют все ежедневные газеты, содействуя выживанию как можно большего числа газет с тем, чтобы поддерживать существование в прессе широкого спектра мнений. Благодаря государственной поддержке в Швеции удалось сохранить две крупные политические газеты – социал-демократическую «Труд», которая выходит с 1887 г., и консервативную «Шведская ежедневная газета», основанную в 1884 г.

В некоторых странах Европы существуют и специальные, целевые программы поддержки местной прессы, изданий, находящихся на грани финансового краха, а также небольших газет, которые играют особо важную роль в формировании различных политических мнений. Так, в Швеции значительная финансовая помощь была оказана так называемым «вторым» местным и региональным газетным изданиям, то есть газетам со вторым по величине тиражом в своем регионе или городе (и вследствие этого, с ограниченным доходом от рекламы). В Голландии в 1974 г. был создан Фонд прессы для оказания помощи газетам и журналам, которые находятся в тяжелом финансовом положении, а также содействия новым, только что открывшимся газетам. Применяемые в ряде европейских стран льготные расценки на почтовые услуги, установленные в некоторых европейских государствах для ежедневных газет, дают еще более ощутимый экономический эффект, чем система субсидий. Субсидии и льготы помогают не только сохранить идейно-политический плюрализм прессы, независимость редакций, но и ограничить негативные последствия рыночной концентрации.

Несмотря на то, что в США тенденции к снижению тиражей, количества изданий, концентрации в индустрии средств массовой информации, а также к коммерциализации журналистики наблюдаются в той же степени, что и в странах Западной Европы, участие государства в данном секторе далеко не всегда оценивается однозначно как необходимая мера для противодействия вышеперечисленным тенденциям. Для многих жителей США любое вмешательство государства в работу СМИ является прямой угрозой свободе печати, что неизменно считается одним из базовых условий существования американской демократии. Однако, на практике у государства есть ряд возможностей осуществлять влияние на СМИ, не противореча основному закону страны.

В соответствии с Первой поправкой Конституции США прессе обеспечен высокий уровень защиты от государственного вмешательства, но не абсолютный. Правительство имеет право нарушать Первую поправку, поскольку появилось множество примечаний и поправок к ней. В этих поправках подробно указано, в каких случаях правительство имеет право нарушать ее, а в каких – нет. Американскому правительству приходится всякий раз предъявлять веские доводы, чтобы оправдать введение какого-либо ограничения свободы слова или свободы печати. В принципе, свобода прессы может быть ограничена только с целью предотвращения «прямой и очевидной опасности», угрожающей нанести крупный, прямой, немедленный ущерб. В

таких случаях органы исполнительной власти могут осуществлять так называемое «предварительное ограничение». В этих целях они обращаются в суд с ходатайством об издании судебного приказа о запрете конкретного материала (книги, статьи и т.д.), готовящегося к публикации. Правительство может и после публикации обратиться в суд и возбудить уголовное дело или предъявить гражданский иск к автору, или издателю. Предварительная цензура допускается в отношении важных военных сведений (численность войск, их дислокация), непристойностей, материалов, которые подстрекают к актам насилия или к свержению правительства, нарушают право на неприкосновенность частной жизни граждан.

На практике органы власти прибегают к суду для запрещения отсрочки публикации или для наказания за уже напечатанные материалы довольно редко. Но правительство отработало механизм косвенного воздействия на средства массовой информации, которое призвано предотвратить обнародование нежелательной информации и, наоборот, содействовать публикации фактов и оценок, в которых заинтересована администрация. В этих целях используются давно отработанные приемы: «доверительные» беседы официальных лиц; тщательно спланированные «утечки» информации; закрытие брифинги, на которых журналистам дают рекомендации, в каком свете следует освещать то или иное событие. «Придавая первостепенное значение задачам «регулирования» потока новостей, правительство создало для этих целей специальный аппарат. На правительственной службе находятся 2900 специалистов по связям с общественностью и 2170 сотрудников, занятых редакторской работой. Таким образом, только в Вашингтоне в распоряжении правительства находится огромная пропагандистская армия численностью более 5 тыс. человек» [2].

Следует подчеркнуть, что США не имеют законодательно закрепленной системы регулирования отношений в сфере массовой информации, т.е. «закон о СМИ», существующий во многих странах, в США отсутствует. Лишь отдельные федеральные акты и законы штатов затрагивают различные аспекты деятельности прессы. Важно отметить, что в отличие от печатных средств массовой информации электронные СМИ являются объектом специального нормативного регулирования, в том числе по вопросам собственности. Это различие в подходах объясняется государственной монополией на эфир и ограниченностью эфирного пространства. Так как и пресса на общих основаниях является объектом регулирования со стороны закона о собственности, опосредованно она испытывает влияние норм о праве собственности, относящихся к электронным СМИ, поскольку к ним относится запрет на одновременное владение одним лицом газетами и телевизионными станциями в одном городе или на одном информационном рынке.

Современные технологии и американская экономика создали новый тип власти над информацией – национальные и многонациональные корпорации. Сосредоточив в своих руках подавляющую часть американских СМИ, «влиятельные цари информации могут легко утопить попытки менее влиятельных высказать несогласные точки зрения – пятьдесят мужчин и женщин, которые возглавляют эти корпорации, ... представляют собой новое Частное Министерство Информации и Культуры,» – заявил известный американский исследователь прессы и монополий Бен Багдикян в интервью телекомпании «Пи-би-эс» [3]. Выход на биржу частных медиа-концернов и трансформация независимых газет в часть единых корпоративных сетей, многие из которых практикуют принцип стандартизации новостной и политической линии для достижения определенного уровня лояльности в отношениях с местными экономическими и властными структурами, стал определяющей тенденцией медийного рынка США в конце прошлого – начале нынешнего века. Акт о телекоммуникациях 1996 г. лишь способствовал ускорению процесса монополизации американских СМИ.

Он снял все ограничения на число радиостанций, которыми может владеть одна корпорация в национальном масштабе, а на региональном уровне повысил предел владения с четырех до восьми радиостанций. Этот закон открыл дорогу для одновременного владения телевизионной станцией и газетой в одном и том же городе, позволял совмещение кабельной и эфирной трансляции, расширил срок лицензии для телевизионных и радио станций с четырех до восьми лет.

Новые приоритеты журналистов, процесс таблодизации, универсализации новостей в ходе внедрения корпоративной информационной философии, потеря контактов с местной аудиторией и общинами – лишь часть последствий коммерциализации индустрии СМИ, перехода собственности от частных владельцев к акционерным. Эти тенденции вызывают озабоченность не только среди высших лиц государства, но и у широкой общественности. Примером может служить тот факт, что в 2003 г. после объявления о принятии Федеральной комиссии по связи новых правил собственности на СМИ, которые снимали запрет на перекрестное владение газетой и телевизионной станцией, в Интернете появились тысячи сообщений от простых американцев, выражающих возмущение по поводу принятого решения.

Давление корпораций на органы, регулирующие деятельность СМИ, велико. Однако именно ограничения правового свойства являются на сегодняшний день единственным сдерживающим фактором дальнейшей концентрации в сфере газетной и вещательной индустрии. При этом, очевидно, что свобода печати реализуется в условиях коммерциализации прессы далеко не в полной мере, а для того, чтобы подавить влияние корпораций, требуется предоставить государству большую свободу при выработке правовых процедур в отношении СМИ. Подобная ситуация была спрогнозирована и сформулирована комиссией Хатчинса в середине 1940-х гг., которая объединила ведущих специалистов в области философии, права, социальных наук и теории массовых коммуникаций США. Итогом деятельности Комиссии стал доклад, опубликованный 26 марта 1947 г. Одним из его основных выводов стало следующее положение: «Если современное общество нуждается в большом количестве средств массовой информации, если СМИ в результате концентрации приобретают такую силу, что становятся угрозой для демократии, если демократия не может решить эту проблему путем демонополизации – то средства массовой информации или будут контролировать себя сами или будут контролироваться государством. Если они будут контролироваться государством, то мы утратим нашу основную защиту от тоталитаризма и сделаем большой шаг по направлению к нему» [4].

Выводы Комиссии Хатчинса были встречены журналистским сообществом с большой долей скепсиса и подверглись жесткой критике. Однако события последних десятилетий подтверждают правоту выводов Комиссии. Остается открытым лишь вопрос о пути преодоления негативных тенденций в американских СМИ. При этом государственные программы субсидирования СМИ, используемые в ряде стран Западной Европы, а также предоставление государством некоторых льгот, способствующих облегчить финансовое положение прессы, вряд ли могут быть применены в США, где в условиях свободной рыночной экономики государственное вмешательство минимизировано, а изменение или создание новых правовых норм, регулирующих работу СМИ входит в противоречие с Первой поправкой Конституции. В этой связи действия государства в этом направлении могут натолкнуться на серьезное сопротивление со стороны широкой общественности, которая воспримет эти шаги как угрозу демократическим основам общества.

Таким образом, опыт западных демократий показывает, что угрозы свободе печати могут идти не только в связи с усилением влияния государства, но и в связи с усилением значимости средств массовой информации как бизнес структур. Государство может оказывать поддержку СМИ с тем, чтобы они сохранили

независимость своей редакционной политики от давления управляющих структур, ориентированных на прибыль. Однако существует риск злоупотребления этим влиянием, что может поставить прессу в зависимость от государственных структур и тем самым нарушить основополагающий принцип существования любой демократии.

Список литературы:

1. A Brief Profile of the American Press. U.S. Journalism and the Print Media. Reston. VA. 1992. P. 4.
2. *Геевский И., Сетунский Н.* Американская мозаика. М., 1991. С. 69.
3. *Михайлов С.А.* Журналистика Соединенных Штатов Америки. СПб., 2004. С. 313.
4. Comission on Freedom of the Press, a Free and Responsible Press: a General Report on Mass Communication – Newspapers, Motion Pictures, Radio, Magazines, and Books. Chicago: University of Chicago Press. 1947.