

ПРОБЛЕМА ОГОСУДАРСТВЛЕНИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ ЧАСТНЫХ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ

С. С. Калашников

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 25 августа 2020 г.

Аннотация: в статье на примере Воронежской и Тамбовской областей рассматривается проблема огосударствления финансирования частных региональных СМИ, посредством чего власть получает лояльность локальных медиа.

Ключевые слова: экономика СМИ, медиабизнес, реклама, свобода СМИ, РБК, «Коммерсантъ», GR.

Abstract: in the article, on the example of the Voronezh and Tambov regions, the problem of state funding of private regional media is considered, through which the government gains the loyalty of local media.

Keywords: media economics, media business, advertising, freedom of the media, RBC, «Kommersant», government relations.

Региональные власти продолжают увеличивать расходы на публикации о себе в местных СМИ. Речь идет о заключении с медиа через систему тендеров контракта, по которому редакция в обмен на получение бюджетных средств обязана публиковать (без пометок «на правах рекламы») материалы о деятельности чиновников. Формулировки могут быть различными: «распространение информации о деятельности администрации», «подготовка и публикация информационных материалов о деятельности администрации». Этот инструмент, гарантирующий полное освещение деятельности госструктур и лояльность медиа, внедряется на медиарынках регионов с начала 2010-х гг.

Новую форму в огосударствлении финансирования частных региональных СМИ открыли в последние годы, а особенно заметно в 2020 г., власти Тамбовской области. Они распределяют средства местным изданиям не через тендеры (публичные и открытые, заявиться на которые имеют право любые компании), а через систему грантов, выделяющихся по решению комиссии из числа сотрудников администрации.

Так, крупная по местным меркам компания «Новый век», которой владеет частное лицо через НКО «Агентство социальной информации “Новый век”», получила в 2020 г. 38,8 млн. руб. «на информационную открытость и стимулирование творческой активности журналистов». Редакция газеты «Тамбовская жизнь» получает «на обеспечение своей деятельности» грант на 11,5 млн. руб.

На особенности финансирования обратили внимание местные популярные оппозиционные телеграм-каналы [1]. Они указывают на то, что по сравнению с грантовым финансированием тамбовских СМИ на год на затраты на обеспечение условий доступности объектов для инвалидов и других мало-

мобильных групп населения выделено 370 тыс. рублей в год, при том, что общая сумма грантов для журналистов достигает 60 млн. руб.

Пользуясь данными систем Kartoteka.ru, «СПАРК-Интерфакс» и портала госзакупок автором проведено актуализированное исследование объемов финансирования деловых СМИ Воронежской области (информ агентства Abireg.ru и «РБК в Черноземье», газета «Коммерсантъ в Черноземье», журналы DeFacto и «Воронежский бизнес-журнал») по государственным контрактам на освещение деятельности региональной власти. Оно показало рост расходов госструктур на PR в СМИ даже в кризис.

Издающее «Воронежский бизнес-журнал» ООО «Бизнес-пресс» (также издает «Аргументы и факты» в Воронеже) за неполный 2020 г. удвоило объем госконтрактов по сравнению со всем прошлым годом. Так, в 2019 г. по 7 контрактам медиаккомпания получила 2,47 млн. руб., за январь-август 2020 г. — уже 4,99 млн. руб. Одним из крупнейших заказчиков издания является Воронежская городская дума (1,22 млн. руб. в 2020 г.), в которой держатель 8% издающего СМИ юрист Александр Головин является депутатом и председателем постоянной комиссии по развитию местного самоуправления, взаимодействию с общественными объединениями и депутатской этике, а также членом постоянной комиссии по образованию, культуре и социальной поддержке населения. Это заставляет задуматься об очевидном конфликте интересов.

Крупным господающим из числа деловых СМИ Воронежа с трендом на устойчивый рост объемов бюджетного финансирования является агентство Abireg.ru. Одно из основных юрлиц агентства, ООО «АБИ “Регион 36”», за 2019 г. получило госконтрактов на 1,89 млн. руб., а за неполный 2020 г. — уже на 5,13 млн. руб. Крупнейшим контрагентом в 2020 г. было управление делами Воронежской области (3,5 млн. руб.)

Газета «Коммерсантъ в Черноземье» через ООО «Коммерсант-Черноземье» также увеличило объем государственных контрактов в 2020 г. В 2015 г. издание получило 1,13 млн. руб. за пять контрактов, а за неполный 2020 г. — 2,36 млн. руб. Крупнейшим заказчиком последние несколько лет остается управами Воронежской области.

Журнал и сайт **De Facto** (издателем является индивидуальный предприниматель Максим Гальперин) показали значительный рост участия в госконтрактах. В 2019 г. СМИ получило 9 контрактов на 2,66 млн. руб., за неполный 2020 г. — 10 контрактов на 6,54 млн. руб.

Основное финансирование издание получает от управделами Воронежской области, притом в 2020 г. СМИ получило инновационный для воронежских медиа контракт — 3,49 млн. руб. за работу с соцсетями, в том числе за размещение в своем телеграм-канале постов о Воронежской области.

Минимально участие в госконтрактах у «РБК в Черноземье», но и здесь виден рост. В 2019 г. это ООО получило 1 контракт на 99,5 тыс. руб., в неполном 2020 г. — уже 3 контракта на 303,96 млн. руб. Впрочем, анализ контрактов РБК в Черноземье осложняет сложная организация бизнеса СМИ, который юридически выглядит как несколько ООО, индивидуальных предпринимателей и отдельных физлиц на гражданско-правовых договорах

На основе анализа более 100 публикаций по госконтрактам в различных региональных СМИ мы выделяем следующие особенности таких материалов:

- комплиментарный тон в адрес властей региона, который не характерен для прочих публикаций СМИ;
- обязательная ссылка на орган местной власти в качестве источника информации для повышения его цитируемости, даже если речь заходит, например, об опубликованном федеральном рейтинге;
- запоздание в опубликовании новостей, основанных на пресс-релизах, предположительно из-за необходимости согласования текста с госзаказчиком;
- малоизвестный профессиональному сообществу автор, подпись которого встречается только под характерными текстами о регионе.

Работа СМИ по государственным контрактам (и приравненным к ним в контексте проведенного исследования грантам) выглядит для них более выгодным способом получения доходов, чем сотрудничество с коммерческими рекламодателями. По сложившейся практике, как показал экспертный опрос представителей ряда СМИ, контроль качества ре-

кламного продукта государственным заказчиком либо отсутствует, либо ограничивается проверкой соблюдения количественных показателей упоминаемости тех или иных чиновников. Уровень оплаты же оказывается даже выше, чем за коммерческую рекламу — заключив контракт один раз, госзаказчик не просит изменения цены, его не приходится раз за разом привлекать скидками.

Верифицировано проверить, насколько эффективно выполняют задачу «освещения деятельности» заказчиков публикаций по госконтрактам и грантам, невозможно без масштабных социологических исследований. Учитывая это, мы воспринимаем такие механизмы финансирования СМИ как плату за их лояльность местным властям: контракты традиционно заключаются на полгода и велики шансы, что они не будут продлены с конфликтной редакцией. К тому же по результатам исследования нескольких десятков государственных контрактов для СМИ на портале госзакупок заметно, что на открытый и публичный тендер почти всегда заявляется только одно издание, конкуренция отсутствует, что заставляет задумываться о неофициальном предварительном распределении контрактов. «Рассмотрение единственной заявки на участие в электронном аукционе», — так описывается характер многих из медийных тендеров на портале госзакупок [2]. Эти факторы вкупе создают существенную угрозу независимости и объективности региональных изданий.

В то же время мы полагаем, что нельзя давать однозначно негативную оценку использования госконтрактов в СМИ. Они очень важны для социально ориентированных общественно-политических частных медиа в регионах, поскольку отсутствие бюджетного финансирования поставит их под угрозу закрытия. Но, с другой стороны, использование описанной схемы дает властям беспрецедентные возможности по контролю за СМИ, вплоть до возможности предварительной цензуры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тамбовский колхозник // Telegram. — Режим доступа: <https://t.me/tambovkol/3114> (дата обращения: 05.08.2020).
2. Сведения закупки «Оказание информационных услуг по освещению деятельности Воронежской областной думы средством массовой информации (телеканалом)» // Госзакупки. — Режим доступа: <https://zakupki.gov.ru/epz/order/notice/ea44/view/common-info.html?regNumber=0131200001020007711&backUrl=7855ff08-2a1a-4614-b284-1893579d2cc9> (дата обращения: 05.08.2020).