

Стенограмма выступления руководителя Роспечати М.В.Сеславинского на расширенном заседании Коллегии Минкомсвязи России 12 мая 2009 года

Добрый день, уважаемые коллеги!

Когда Сергей Борисович и Игорь Олегович говорили о двух новых векторах развития нашей сферы и Министерства: создании транспорта, трафика и качестве тех услуг, которые приносят каждому потребителю этот трафик, то я подумал, что это замечательным образом корреспондируется с эмблемой министерства, основой которой является двуглавый орел Российской Федерации. Потому что одна голова смотрит, как раз, на создание транспортных коммуникативных систем, а другая - на тот контент, который будет принесен в каждый дом.

И если Валерий Николаевич говорил о сфере, которая связана на 100% со структурой, то мне позвольте больше внимания уделить параллельной сфере, которой мы занимаемся. Я имею в виду обеспечение конституционных прав граждан на получение информации, полноценного информационного российского присутствия за рубежом, создание условий для роста культурного нравственного интеллектуального потенциала нации.

Сейчас, когда мы осматривали выставку, то, я думаю, многие из нас испытывали трепет и преклонение перед тем, что мы увидели, потому что новые технологии, новая инфокоммуникативная среда, действительно, окружила со всех сторон каждого потребителя, окружила каждую квартиру, каждый дом, каждый компьютер и мобильный телефон.

Но вместе с этим преклонением, подчал, испытываешь не то, чтобы ужас, но определенный страх: что же принесет она нашим детям, что она принесет нам. И, конечно, задача государства как раз и заключается в том, чтобы этот контент был направлен на благие цели. Как сказал Николай Алексеевич Некрасов, «сеять разумное, доброе, вечное». Игорь Олегович говорил в докладе о том, что существенным образом увеличились государственные субсидии на создание социально-значимого продукта в этом году. А год является юбилейным. Ровно 10 лет назад государство стало выделять средства на производство социально-значимых программ, и за эти 10 лет приняло участие в конкурсах около 3 тысяч проектов, и субсидии получили 1360 из них. Причем около 300 проектов – это проекты региональных компаний, а общий объем финансирования из федерального бюджета составил 3 миллиарда 500 миллионов рублей.

И, безусловно, это те проекты, которыми может гордиться история отечественного телевидения, которые вы все, вместе со своими семьями, видели и видите на голубых экранах. Это и программа «Спокойной ночи, малыши!», которой исполнилось 45 лет, это и уникальный проект «Жди меня», в компьютерной базе которой зарегистрировано 2 миллиона 200 тысяч заявок, и программа помогла найти друг друга 89 тысячам человек – то есть фактически целый город, благодаря программе, которая поддерживается государством, люди нашли друг друга. Но я не буду перечислять весь объем этих программ.

Хочу остановиться на одной проблеме, которая касается Интернета. Агентство поддерживает интернет-проекты. И среди тех 2 миллионов сайтов. Которые сейчас присутствуют в российском сегменте Интернета, это, конечно, малая капля, малая толика – мы поддержали несколько десятков проектов. Но проблема заключается в том, что это

именно те проекты, которые составляют лучшее культурное и гуманитарное наследие, которое скопилось в нашей стране. И мы всегда стоим перед дилеммой: что делать, как поддержать проект, который не имеет гигантского количества посетителей, когда его посещают 3-4-5 тысяч человек. Не у всех существует такая фантазия, такое умение, чтобы создать такой сайт, который, как, например, «Грамота.Ру», посещают 200-300 тысяч человек. Эта дилемма для нас почти неразрешимая, потому что, с одной стороны, контрольные органы от нас требуют, чтобы средства федерального бюджета использовались целенаправленно и эффективно, чтобы от них получило информацию максимальное количество людей. А, с другой стороны, что делать, например, с сайтом журнала «Наше наследие», который посещает 4 тысячи человек в год? Закрыть этот сайт - это сделать невозможно, и мы все это понимаем: потому что именно такая капля меда - не буду продолжать фразу - она действительно составляет гордость российского сегмента Интернета. Мы об этом завтра будет подробно говорить на секции, которая пройдет в здании Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. Но, наверно, рецептов не существует. Наверно, формулу выработать невозможно. Для этого существует только экспертное сообщество, которое и должно, собственно говоря, чиновникам подсказать правильное решение и помочь провести отбор поступающих заявок.

Мы сегодня много говорим о трудных экономических условиях, в которых оказалась наша отрасль, и о том, что правительством страны приняты меры по поддержке системообразующих предприятий медиаиндустрии. Считаю важным и показательным тот факт, что в условиях нынешних выборов руководители предприятий быстро сориентировались и сами постарались оптимизировать расходы, другими словами - вспомнили, что надо жить по средствам, и в течение 2008 года сформировали тот задел, который позволяет в 2009 году проходить через барьеры и рифы экономического кризиса.

Я бы хотел отметить ту работу, которая проведена ФГУП «ВГТРК», которая укрепила позиции крупнейшей медиакомпании страны. И, в первую очередь, это касается продолжения развития сетей каналов «Культура», «Спорт», информационного телеканала «Вести», а также поддержки региональных компаний, потому что комфортная информационная ситуация бывает только тогда, когда человек в любой точке страны может узнавать мировые новости, новости своего региона, новости города. Это, собственно говоря, и называется единым информационным пространством.

В 2008 году Первый канал ввел новостной комплекс информационного вещания площадью более 10 тысяч квадратных метров. Масштабная реконструкция была проведена в прошлом году ФГУП «ГТЦ «Останкино», которая фактически не проводилась около 30 лет. Большие позитивные изменения произошли во ФГУПе «РТРС».

Но если мы сегодня задали тон говорить о проблемах, то хочу сказать еще об одном вопросе, который достаточно серьезно обострился в 2008-2009 году. В условиях экономического кризиса при рассмотрении бюджетов в нашей отрасли все чаще стали раздаваться голоса о том, что необходимо сократить те бюджетные потоки, которые направлены на развитие нашего информационного присутствия за рубежом. Это действительно существенные средства, которые выделяются не только традиционно информационным агентствам «РИА Новости» и «ИТАР-ТАСС», не только инновещанию и «Голос России», но и недавно созданному и успешно развивающемуся телеканалу «Russia Today». Вроде бы, справедливое замечание, потому что в условиях кризиса надо жить по средствам.

А, с другой стороны, в 2008 году, как никогда остро, мы поняли, что такое наше информационное присутствие за рубежом. Потому что те же самые люди говорят, что государство должно заниматься тем, чтобы в других странах нас слышали и нас понимали. Понятно, когда нас не понимают политики, или руководители отдельных стран - это действительно большая политика. Но наше информационное присутствие за рубежом до сегодняшнего дня остается слишком маленьким. Единственная работавшая до последних трех лет радиостанция «Голос России», которая сейчас активно модернизируется и развивает вещание в сети Интернет, она фактически стала напоминать ситуацию 30-летней давности, когда единицы - десятки людей в Советском Союзе - сидели и слушали тайком около приемника «Радио свободы», «ВВС» или «Голос Америки», так и лишь отдельные люди – десятки и сотни радиослушателей - сидели около радиоприемников и слушали передачи «Голос России». Конечно, это невозможно считать полноценной информационной политикой.

И постепенно, миллиметр за миллиметром, мы отвоевываем позиции своего информационного присутствия в мире. Это кстати делают, не только те компании, о которых я сказал, это делают и крупнейшие российские вещатели, которые входят в сеть отелей, которые входят в другие точки доступа и пытаются рассказать правду о жизни в нашей стране.

Опять-таки, наверное, завтра мы более подробно будем говорить о том, как развиваются периодические печатные средства массовой информации, о том, как развиваются книгоиздания. Игорь Олегович говорил о том, как серьезно коснулся кризис этой нашей отрасли, а она не так мала. Вместе со смежниками, по нашим данным в этой сфере занято более 2 миллионов человек. Объем рынка печатных средств массовой информации в 2008 году составил 131 миллиард рублей, книжного рынка – 117 миллиардов рублей. Все эти отрасли, включая полиграфию, завершили 2008 год в большом плюсе, но 2009 год принес первые тревожные вести, хотя кричащего драматизма пока не ощущается, но, тем не менее, по данным «Почты России», падение почтового сегмента подписки по тиражам на I полугодие 2009 года - хоть и небольшое, но все-таки произошло – на 2,3 %. Понятно, что оно было бы гораздо более существенным, если бы не те государственные меры, о которых сегодня уже говорилось.

Такая же непростая ситуация складывается и в книжной индустрии. Нехватка оборотных средств, падение спроса на книги привели к тому, что, в первую очередь, крупные книготорговые сети испытывают серьезные сложности. Так, крупнейшая федеральная книготорговая сеть «Топ-книга», насчитывавшая до кризиса более 600 магазинов по всей стране, в декабре 2008 года с трудом смогла реструктуризировать свои долги перед кредиторами. Другая книготорговая сеть – «Библиосфера» – была вынуждена не только отказаться от развития своих региональных проектов, но и закрыть часть существующих книжных магазинов. Известная книготорговая сеть «Букбери» также не смогла пережить кризис и в феврале этого года была объявлена банкротом. Практически все издатели и книжные магазины отмечают резкое падение продаж в конце 2008 – начале 2009 года, как в натуральном, так и в денежном выражении, приоритетными у покупателей становятся сегодня другие предпочтения.

И, тем не менее, отечественному книгоизданию есть чем гордиться. Мы прочно вошли в тройку лидеров по ассортименту выпущенных книг, и, надеюсь, будем удерживать это место. И вы сами видите сегодня, если войдете в книжный магазин, что ассортимент продукции далек от того, что существовало еще 7-8 лет назад. Я вспоминаю, как Сергей Борисович ярко критиковал ту систему закупочную, то качество литературы, которую приобретают библиотеки. И, наверное, это естественно, потому что период

первоначального насыщения простейшими детективами, гороскопами и кулинарными книгами закончился, и издательства, и в первую очередь читатели, почувствовали, что кроме книг, которые надо быстро проглотить, существуют книги, которые надо разжевывать и получать от этого удовольствие.

Агентство активно занимается как поддержкой социально значимой литературы, так и проведением массы мероприятий, которые бы поддерживали интерес к книге. Вы знаете о существующей национальной программе поддержки отечественного книгоиздания, которую мы осуществляем совместно с Российским книжным союзом. И на стыке информационной политики за рубежом и поддержки отечественного книгоиздания находятся вопросы нашего участия в международных книжных выставках-ярмарках. И я с гордостью могу сказать, что, если первый раз в 2003 году нам необходимо было прикладывать гигантские усилия, чтобы прорваться в качестве основной страны-участницы на Франкфуртскую книжную ярмарку, то сейчас у нас просто нет отбоя от предложений, которые поступают в наш адрес.

Я хотел сказать, что все те меры, которые предпринимались и предпринимаются агентством в 2008-2009 годах, не могли бы осуществляться без наших надежных партнеров. И, пользуясь случаем, хочу поблагодарить присутствующих в этом зале наших коллег из Общественной Палаты, Национальной ассоциации телерадиовещателей, Медиасоюза, Российского книжного союза, Союза журналистов Москвы, Гильдии издателей периодической печати – тех, с кем мы работаем на благо нашей отрасли. Эта работа проникнута духом взаимопонимания, поддержки, нацелена на результат.