

Грузинская медиа: измерение кризиса

8 февраля в Южнокавказском региональном бюро фонда им. Г. Белля состоялась очередная дискуссия, посвященная проблемам грузинской журналистики. С докладами выступили журналисты **Ия Антадзе**, **Реваз Сакеваришвили** и заместитель генерального директора Общественного телевидения **Бадри Коплатадзе**.

Открывая встречу, ее модератор **Давид Паичадзе** заявил, что в докладах будут представлены три измерения: кризис в медиа-экономике, кризис в управлении и кризис, вызванный низким уровнем профессионализма.

Доклад **Реваза Сакеваришвили** касался кризиса в медиа-экономике, по словам которого, медиа-экономику нельзя отрывать от экономики в целом. Ведь рекламный рынок напрямую связан с потребительским. Если значительная часть потребительского рынка функционирует в теневой плоскости, то же самое можно сказать и о рекламном рынке, и о средствах массовой информации. Кроме того, реклама не охватывает очень многие сферы рынка. Проблемой в медиа-экономике, по словам **Р. Сакеваришвили**, остается дистрибуция. Во многих регионах Грузии чисто символически представлены большинство центральных изданий. Кроме того, низкая покупательная способность граждан автоматически исключает их из числа потребителей медиа-продукции.

Что же касается электронных СМИ, то они казались бы, более демократичны, но в силу сохраняющегося в Грузии энергокризиса, в ряд регионов страны электроэнергия поступает нерегулярно. Этот фактор также в значительной мере обедняет медиа-рынок. Кроме того, в регионах медиа-средства находятся в большей зависимости от местных властей. Степень их независимости гораздо ниже, что кроме прочего обусловлено и бедностью рекламного рынка. Однако, центральная и региональная медиа – это звенья одной цепи. Сокращение медиа-пространства в центре отражается на регионах и наоборот.

Еще одной причиной кризиса в медиа-экономике является то, что для большинства владельцев медиа-средств они являются как бы дополнением к основному бизнесу и соответственно ими легко можно пожертвовать. Медиа включена в политику, которая в нашей стране определяет и экономику. Так формируется уродливая среда, активным субъектом которой является и масс-медиа.

Доклад **Бадри Коплатадзе** касался кризиса в системе управления медиа-средствами. По его словам, заблуждением является мнение в соответствии с которым журналист является главной фигурой в СМИ. На администрирование и управление медиа-средствами во всем мире расходуется гораздо больше денег, чем на материальное вознаграждение журналистов. Вопрос дистрибуции актуален и значителен во всех видах бизнеса и медиа-продукция в этом смысле не составляет исключения.

Донести до потребителя производимую продукцию – задача первостепенной важности. Но почему у нас так несерьезно относятся к этому вопросу. "Кто у нас в основном работает в редакциях? – задался вопросом докладчик. – Филологи, журналисты. Вы не найдете там маркетологов, менеджеров. В какой газете работает выпускники курса бизнес-администрирования?" Соответственно, по мнению **Б. Коплатадзе**, в СМИ должны придти новые кадры не с дипломами журналиста, а с опытом и практическими знаниями управленцев. Но тут возникает еще одна проблема. Управление предполагает определенное виденье решаемой задачи, подбор

соответствующих кадров и распределение работы. Но виденье у большинства работников СМИ осталось прежним, примерно 10–15-летней давности. А если нет соответствующих кадров, о каком распределении работы может идти речь.

Одной из проблем современной грузинской медиа, по мнению докладчика, является и то, что средства массовой информации не имеют своего конкретного адресата. К какому сегменту общества, социальной группе обращается пишущий журналист? Кто его конкретный адресат – он не знает. Поэтому предприниматели предпочитают размещать рекламу на ТВ, охватывающем все социальные слои. В силу указанных причин медиа-экономика у нас практически не существует.

Ия Антадзе:

– Работая в офисе Народного защитника, я встречалась со многими журналистами, стремилась разобраться в проблемах, с которыми им приходится сталкиваться. Это и неправовые отношения с властями и владельцами медиа-средств, экономические проблемы, низкий профессиональный уровень... Все эти проблемы взаимосвязаны. Думаю, что очень значительна ответственность журналистов при оценке тех или иных решений правительства. Когда власть бездействует, то для ее критики не нужно особых знаний. Но вот объективно и непредвзято оценить действия правительства удастся не каждому. Так, наши журналисты больше интересовались цветом обновления фасадов домов на центральных улицах города, чем стоимостью этих работ и коррупционными соглашениями во время их проведения. То же самое можно сказать и насчет реформы образования. Зачастую чиновники из Министерства образования лучше поясняли читателям значение реформ, чем журналисты. Это я объясняю низким профессиональным уровнем.

Мне кажется, большой урон грузинской журналистике нанесло снятие с телеканалов журналистского расследования. Что касается пресс-центров, то до "революции роз" они существовали формально, а теперь распространяют лишь ту информацию, которая угодна властям. Почему-то считается геройством, если журналист скажет полуправду. Вот, мол, другие и на это не отваживаются. Все это объясняется незащищенностью журналистов. Даже известные журналисты заключают с владельцами медиа-средств контракт на один месяц. То есть неугодного журналиста в любое время могут освободить с работы. Кроме того, зарплата, указанная в контракте, в несколько раз превосходит их реальную зарплату, что также является нарушением закона. Но если в контракт будет записана реальная зарплата, то многие редакции просто закроются. Однако то, что происходит в грузинской медиа – это отражение общего кризисного состояния в стране.

Давид Паичадзе:

– Мне кажется, что в грузинской медиа появляются новые люди и медиа развивается более динамично, чем дискуссии о ней. В радио "Свобода", которое я представляю, неукоснительно соблюдается кодекс журналистской этики. Одного из наших сотрудников на месяц лишили права вещания за то, что, выступая от имени радиостанции "Свобода", он начал высказывать собственные соображения по каким-то актуальным общественно-политическим вопросам. Так за достоверность информации отвечают как сами журналисты, так и редакции, которые они представляют.

Лела Гаприндашвили, преподаватель философии, ТГУ:

– Меня интересует в чем причина того, что серьезные общественно-политические и культурные программы выброшены из телеэфира?

Реваз Сакеваришвили :

– Для медиа-владельцев общественно-политические передачи содержат высокую долю риска. Ведь многие виды бизнеса, которыми занимаются владельцы медиа-средств, зависят от расположения властей. Этим и объясняется сокращение общественно-политических передач. Что касается программ по культуре, обеспечить их высокий рейтинг довольно сложно. Вот и заполняется эфирное время всякого рода развлекательными программами.

Ивлианэ Хаиндрава, депутат парламента:

– Ни в одном из выступлений участников семинара не прозвучало слово "страх", которым можно многое объяснить в нашем медиа-пространстве. Владелец медиа-средств боится властей, от которых зависит его бизнес, редактор боится владельца, а журналист – редактора, который может уволить его с работы. Я думаю, что это серьезная проблема и для ее признания нужно мужество.

Паата Закареишвили, член Республиканской партии:

– У меня вопрос к представителю Общественного телевидения Бадри Коплатадзе. Президент М. Саакашвили до своего президентства находясь в оппозиции, изобрел новый термин "непоказываемый" – я, мол, "непоказываемый". Существует ли сегодня на Первом канале список "непоказываемых" лиц?

Бадри Коплатадзе:

– Я во всяком случае о таком списке ничего не слышал.

Паата Закареишвили:

– Когда я сказал журналистам с Первого канала, чтобы они упомянули в интервью со мной, что я представляю Республиканскую партию, они отказались, сказав, что не имеют на это право.

Ивлианэ Хаиндрава:

– В последние годы существования СССР реальной свободы для граждан было больше, чем они ею пользовались. Сегодня у меня создается впечатление, что степень внутренней свободы журналистов гораздо ниже. Низкий уровень многих передач объясняется тем, что существует неодолимая страсть кому-то сильно угодить...

Паата Закареишвили:

– Получилось так, что у нас не журналист, а владелец медиа-средств несет ответственность за заявления журналиста(!) В нашем законодательстве существует гражданская ответственность за клевету. Но эта ответственность касается не журналиста, а владельца медиа-средств. Значит, бизнесмен по закону вправе ограничить свободу слова(!).

Гия Сиамашвили