



Электронная библиотека
Гражданское общество в России

О. Карбанова

Институт развития прессы

Электронный ресурс

URL: http://www.civisbook.ru/files/File/Karabanova_27.pdf

Перепечатка с сайта Московской школы
политических исследований

<http://msps.ru>

URL: <http://www.civisbook.ru>



*Ольга Карабанова,
исполнительный директор
Института развития прессы*

Институт развития прессы

Без сильных, свободных, экономически независимых средств массовой информации невозможно представить современное демократическое общество.

Однако в России, превратившись в мощный политический инструмент, средства массовой информации лишь отчасти стали фактором создания гражданского общества.

За полтора десятка лет процесса демократических реформ в нашей стране значительная часть газет так и не добилась экономической самостоятельности — главного показателя реальной независимости издания.

Непонимание целей и задач прессы как одной из отраслей экономики, слабое понимание рыночной природы газетного дела, отсутствие навыков менеджмента приводят сегодня масс-медиа к тому, что редакции вынуждены прибегать к нерыночным способам борьбы за свое выживание и развитие. В результате общественно-политические и деловые издания обслуживают интересы не читателей, а «заказчиков» информации (власти, партийных, коммерческих групп). При этом исследователи журналистики констатируют возросшее в последнее время недоверие к прессе со стороны читателей. Это во многом связано с проходящими в режиме «non-stop» выборами регионального и федерального уровней, во время которых СМИ зачастую выполняют функции рупора тех или иных политических групп, тем самым, нарушая право граждан России на получение достоверной информации.

Опыт изучения правовых и хозяйственных проблем СМИ показывает, что правовая неграмотность общества, отсутствие четкого понимания необходимости соблюдения правовых норм влекут за собой не только сложности в построении гражданского общества, но и становятся причиной трудно разрешимых ситуаций в деятельности самих СМИ и как творческого коллектива, и как хозяйствующего субъекта. Правовая некомпетентность руководителей многих редакций печатных СМИ приводит к отсутствию или неверному оформлению учредительных документов, заключению недействительных договоров, возникновению судебных споров и проблем с органами власти, которых можно было бы избежать.

И общество, и власть, по-прежнему, испытывают сильное недоверие к частному медиа-сектору, сомневаясь в граждан-

ской позиции негосударственных СМИ. Однако не вполне доверяют граждане и государственным СМИ, полагая, что прямое управление со стороны исполнительной власти превращает их в органы, обслуживающие интересы чиновников, а не их — читателей.

Такой круг проблем актуален для региональных СМИ самых разных уровней, хотя и различен по степени важности. При этом роль региональных средств массовой информации как каналов информационных и рекламных коммуникаций неуклонно возрастает, рекламный рынок России восстановился до докризисного уровня и продолжает активно расти, все более заметны интеграционные процессы каналов как на национальном, так и на региональном уровне, резко возрастают требования к качеству и реальной эффективности использования коммуникационных ресурсов медиа.

На этом фоне все более очевидными выглядят проблемы: отсутствия прозрачности на рынке СМИ и рекламы, отсутствие признанных стандартов классификации и измерения медиа-рынков, неудовлетворительная организация хозяйственной деятельности самих медиа, высокая текучесть квалифицированных специалистов во всех сферах деятельности СМИ и, прежде всего, менеджмента высшего и среднего звена. В последнее время эти проблемы уже достигли критической стадии, причем их нерешенность сказывается на развитии не только самих СМИ, но становится одним из главных факторов, противоречащих объективному процессу построения гражданского общества.

Именно поэтому в России уже десяток лет существуют организации, призванные оказывать содействие российской прессе в решении сложных экономических и творческих задач. Одной из таких организаций является и Институт развития прессы (ИРП). Это независимая некоммерческая организация, способствующая росту профессиональных возможностей, издательских стандартов и жизнеспособности российской печатной прессы.

• Институт был учрежден в октябре 2000 года на базе существовавшего до этого Национального института прессы (1996–2000) и Российско-американского информационного пресс-центра (1993–1996).

Своей миссией Институт считает:

- повышение роли СМИ в гражданском обществе и их экономической самостоятельности;
- консолидацию профессионального сообщества и развитие духа свободного предпринимательства;
- обучение высоким профессиональным стандартам во всех областях СМИ, от менеджмента до журналистики, от маркетинга до этики, от рекламы до распространения;
- информирование издателей региональных газет о современных методах менеджмента и содействие обмену информацией между ними;
- помощь издателям региональных газет в увеличении доходов и уменьшении себестоимости издания.

Заявленная миссия Института реализуется через следующие стратегические направления в деятельности:

- обучение и консультации по вопросам менеджмента, рекламы, дизайна, психологии управления и права;
- обеспечение информационной поддержки региональных СМИ путем электронной рассылки информации по спискам, оповещения через Web-сайт о мероприятиях и событиях в отрасли, поддержание электронной доски

объявлений в Интернете, организации консультирования в режиме on-line и т.д.;

- регулярное обновление информационно-поисковой базы данных региональных СМИ;
- создание системы обмена опытом между представителями региональной прессы в регионах и с зарубежными коллегами; консолидация профессионального сообщества СМИ.

Различные мероприятия, в ходе осуществления которых ИРП реализует свои уставные цели и стратегические направления деятельности объединены в три основные программы:

- профессиональный тренинг и консультации;
- правовое содействие независимости прессы;
- информационная поддержка.
- Все эти мероприятия по своей тематической направленности распадаются на четыре основные группы:
 - менеджмент, маркетинг, распространение и дизайн СМИ;
 - правовые аспекты деятельности печатных СМИ;
 - повышение профессионального мастерства журналистов (от журналистского расследования до экономической журналистики);
 - овладение новыми технологиями подготовки и выпуска периодических изданий (поисковыми системами, особенностями создания онлайн-версий и пр.)

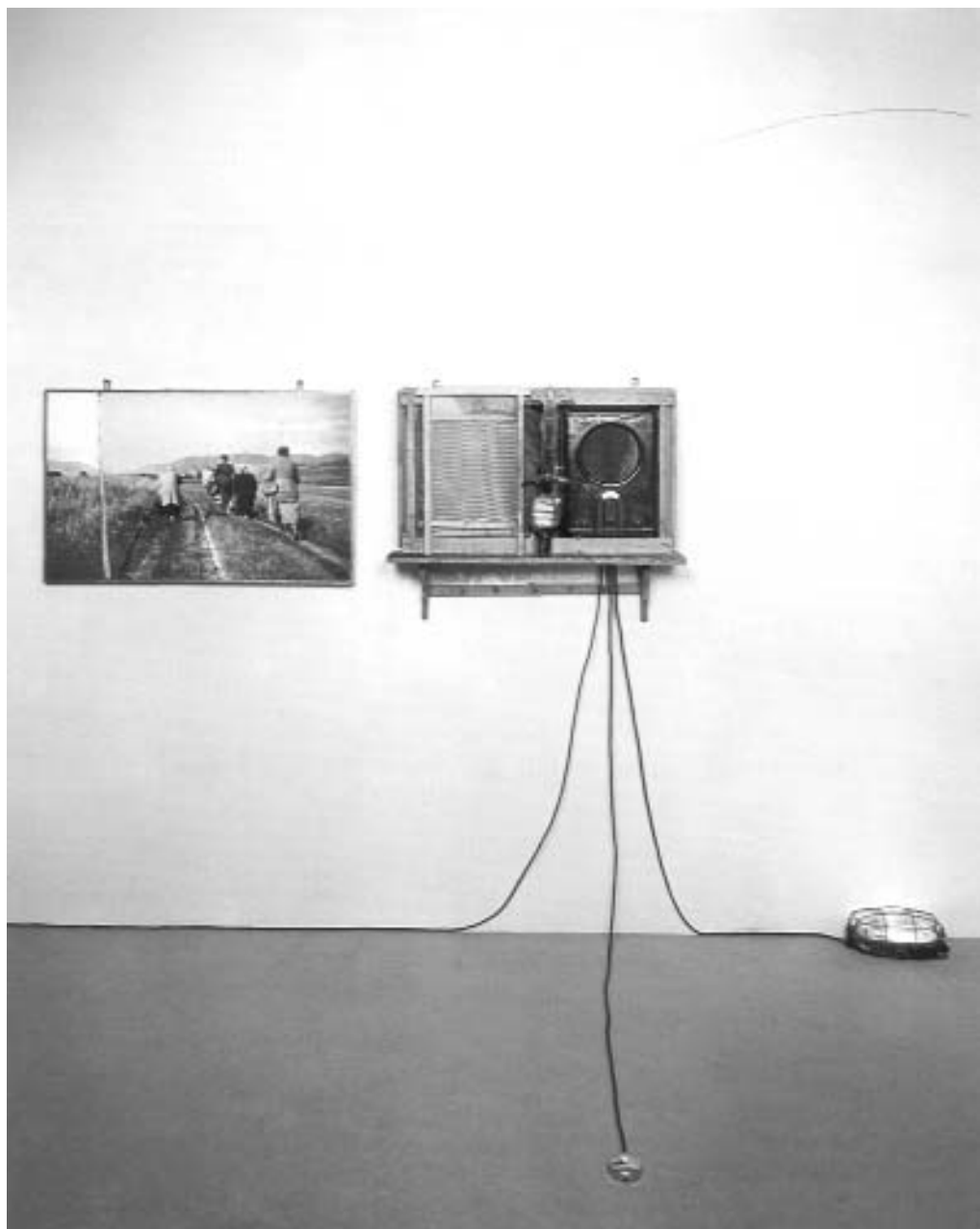
Обучающие и консалтинговые программы Института носят практический, прикладной характер. Семинары содержат элементы тренинга, профессиональных игр; в рамках всех мероприятий значительное место отводится разбору и анализу материалов прессы.

Институт ведет издательскую работу. Большим интересом у СМИ пользуются сборники: «Договоры в деятельности Средств массовой информации» и «Редакционный менеджмент».

Многие свои программы Институт развития прессы реализует в сотрудничестве более чем с двумястами партнерами, среди которых: Фонд защиты гласности, Интерьюс, Комиссия по свободе доступа к информации, Институт проблем информационного права, Институт коммуникативистики, Центризбирком и избирательные комиссии краев и областей РФ, пресс-службы администраций Федеральных округов, субъектов РФ, центры общественных связей Генпрокуратуры, ФСБ, МВД в Москве и регионах, профессиональные и творческие союзы и объединения журналистов.

ИРП имеет большой опыт реализации различных проектов в области масс-медиа с западными партнерами. В течение последних двух лет на различные программы для региональных СМИ были получены средства от: Агентства США по международному развитию (USAID), Всемирного банка, Института «Открытое Общество» (Фонд Сороса), Фонда «Евразия», Швейцарского посольства, Представительства Европейской Комиссии, а также целевые средства от частных западных компаний на осуществление региональных программ.

За все годы своего существования Институт провел большую работу в области повышения квалификации и консультирования работников СМИ и стал в отрасли безусловным лидером, образовательные услуги которого высоко оцениваются региональными изданиями.



Эдвард Кинхольц. Новая готика. 1976

В течение последних 2-х лет сотрудники ИРП самостоятельно и вместе с приглашенными специалистами провели порядка 380 обучающих мероприятий, на которых прошли обучение более 7.500 журналистов и редакторов региональных СМИ. Оказано более 900 профессиональных и правовых консультаций.

По результатам независимого исследования «Образованная пресса», которое было проведено Институтом «Открытое Общество» в конце 2002 года, у Института развития прессы был зафиксирован самый высокий рейтинг среди всех общественных организаций, осуществляющих образовательные программы для печатных СМИ.

Сохраняя уже наработанный опыт и прошедшие проверку временем виды и формы работ, Институт в настоящий момент завершает разработку долгосрочных программ и проектов, которые будут содействовать реформированию медиа-отрасли.

В частности, в середине декабря по поручению Министерства РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовой коммуникации наш Институт

провел Конференцию региональных журналистов, которая завершила год празднования 300-летия российской журналистики.

На Конференции рассматривались перспективы развития прессы как бизнеса, проблемы действующего нормативно-правового поля и новые законопроекты, сопровождающие отраслевые реформы, экономические и внерыночные факто-

ры, обуславливающие нынешнее состояние российской периодической печати и её будущее, вопросы финансового менеджмента и инвестиций, эффективной инфраструктуры, нормы и механизмы саморегулирования индустрии периодических печатных средств массовой информации.

В настоящее время Институт также занят разработкой региональных проектов перехода региональных СМИ от дотационной модели к бизнес-модели редакции. Проведенные исследования менеджмента региональных СМИ подтверждают недостаточную способность региональной прессы выжить на свободном рынке. Это обусловлено проблемами в сложившемся корпоративном управлении, недостаточной квалификации персонала, стратегическими установками на спонсора или госбюджет, а не на клиента.

Вместе с тем, региональное информационное поле является крайне ответственной зоной, во многом определяющей привлекательность региона для бизнеса, расклада политических сил, а также влияет на стабильность в регионе.

Именно поэтому целями таких проектов являются:

- Развитие медиа-бизнеса в регионе как объекта малого предпринимательства
- Информационная прозрачность региона как необходимый компонент инвестиционной привлекательности региона
- Существенное повышение качества работы региональных СМИ
- Постепенное сокращение финансирования региональных СМИ из бюджетов разного уровня.

Научить региональные СМИ зарабатывать деньги для своего развития — значит, в частности, освободить госбюджет от части финансовой ноши, повысить профессиональный уровень городской и районной прессы, сокращая при этом прямые дотации, выделяемые ей.

Мы верим в успех всех наших новых программ и желаем всем удач в 2004 году.

*За все годы своего существования
Институт провел большую работу
в области повышения квалификации
и консультирования работников СМИ
и стал в отрасли безусловным лидером,
образовательные услуги которого
высоко оцениваются региональными
изданиями*
