

Владимир ЛАРЧЕНКОВ, Анатолий ФОМИЧЕВ

О СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ МИНИСТЕРСТВА ОБОРОНЫ РФ

В статье отражены элементы сравнительного подхода к политическому анализу систем СМИ Министерства обороны СССР и Министерства обороны РФ.

In the article elements of comparative approach to the political analysis of mass media systems of the Ministry of Defense of the USSR and the Ministry of Defense of the RF are reflected.

Ключевые слова:

средства массовой информации, Министерство обороны СССР, Министерство обороны РФ, система СМИ, военные СМИ; mass media, Ministry of Defense of the USSR, Ministry of Defense of the RF, system of mass media, military mass media.

Теоретики отечественной журналистики, отмечая кардинальные изменения как в типологии современных российских средств массовой информации, так и в построении их системы, объясняют это влиянием двух основных факторов:

- коренными переменами в социальной структуре общества;
- технологической революцией последних десятилетий, обуславливающей изменения в типологии прессы не только в России, но и во всем мире¹.

Подчеркивается также, что с конца 80-х гг. прошлого столетия и по настоящее время отечественная пресса перешла от вертикальной и партийной к горизонтальной и коммерческой структуре, поскольку, во-первых, ушла в прошлое Коммунистическая партия Советского Союза (КПСС), определявшая основные параметры советской печати. Во-вторых, распалась административно-командная система управления, определявшая многие элементы типологии периодической печати (газет, журналов), радиовещания и телевидения. В итоге «получила развитие горизонтальная структура, соответствующая современным демократическим принципам... Тип центральной газеты трансформировался, утратив директивность... Доступ к издающимся в Москве газетам сегодня крайне ограничен, что отрицательно сказывается на цельности российского информационного пространства. Нишу... занимают региональные и местные издания, уделяющие значительно меньше внимания общероссийским и международным проблемам»².

Очевидно, что анализ трансформаций системы современных отечественных средств массовой информации (СМИ) не учитывает происходящие изменения в такой значимой ее подсистеме, как СМИ Вооруженных сил РФ, (далее – система военных СМИ), которые призваны играть важную роль в процессе обеспечения национальной безопасности Российской Федерации.

Как и вся Российская армия, система военных СМИ с 2008 г. подверглась кардинальному реформированию, что выразилось, прежде всего, в изменении штатной структуры изданий Вооруженных сил, в которой упразднены должности военнослужащих, а также в фактическом прекращении подготовки офицеров-журналистов в Военном университете Министерства обороны РФ.

Каков же «новый облик» военных СМИ? Военная печать

¹ Система средств массовой информации России / под ред. Я.Н. Засурского. – М., 2001, с. 3–4.

² Там же, с. 4.

ЛАРЧЕНКОВ

*Владимир
Владимирович –
к.полит.н., доцент;
профессор кафедры
информационного
обеспечения
Военного
университета
МО РФ
tezaurus@inbox.ru*

ФОМИЧЕВ

*Анатолий
Александрович –
соискатель кафедры
информационного
обеспечения Военного
университета
МО РФ*

Советской армии прошла сложный путь становления и развития, начавшийся еще в годы Гражданской войны и военной интервенции (1918–1922), продолжившийся в годы Великой Отечественной войны (1941–1945) и послевоенное время. Пик развития военных СМИ Минобороны СССР пришелся на 70-е гг.¹, когда было завершено формирование системы военной периодической печати, а деятельность журналистов проходила в условиях усиления идеологического контроля над СМИ. В эти годы в систему СМИ входили: центральная газета «Красная звезда», 24 окружных, групповых и флотских газеты, 9 армейских и флотильских газет, 204 дивизионных газеты² и 13 журналов с приложениями³.

Советская система СМИ достаточно эффективно охватывала все категории военнослужащих – от солдата до генерала, все войсковые звенья – от взвода до армии, военного округа, флота (группы войск за рубежом) и центрального аппарата Минобороны СССР. Кроме того, издания обладали широкой корреспондентской сетью и большим числом внештатных военкоров, что позволяло в информационном плане достаточно детально освещать боевую подготовку и жизнедеятельность войск во всем их многообразии.

Важной особенностью советской военной печати являлась ее воспитательная направленность на систематическое воздействие на сознание, социальное поведение личного состава Вооруженных сил в целях формирования его идейной убежденности, духовной стойкости, совершенствования боевого мастерства, морально-политической и психологической готовности к вооруженной защите Отечества.

С незначительными изменениями, которые обуславливались в первую очередь задачами сокращения Вооруженных сил, данная система военных СМИ функционировала до 1991 г. Череда общественно-политических трансформаций и последовавших вместе с ними армейских реформ коснулись и военных СМИ, изменившихся качественно и количественно. Последняя реформа, начавшаяся в 2008 г., сейчас практически завершена, и обнов-

ленная система военных СМИ проходит в настоящее время очередной этап своего становления.

Сегодня система средств массовой информации Минобороны России представлена на телерадиовещании телеканалом «Звезда» и одноименным радио⁴. Издается центральная газета «Красная звезда», 10 журналов Министерства обороны РФ, 12 так называемых региональных газет, в т.ч. военных округов и флотов⁵: «Боевая вахта», «ВВС сегодня», «Военный вестник Юга России», «Военный железнодорожник», «Каспиец», «Морская газета», «На страже Заполярья», «На страже Родины», «Страж Балтики», «Суворовский натиск», «Уральские военные вести», «Флаг Родины»⁶, а также около 80 газет соединений и воинских частей. В Интернете действует сайт газеты «Красная звезда», сайт Министерства обороны РФ и сайт телеканала «Звезда». Два последних интернет-ресурса не зарегистрированы как СМИ, но отвечают всем требованиям электронного издания по массовости посещающей аудитории и ежедневному обновлению содержания.

На первый взгляд кажется, что выстроена мощная информационная машина. Действительно, выполняется требование времени – присутствие военных в телевизионном эфире и Интернете. Но возможности Интернета используются не в полной мере – один официальный сайт Минобороны России не выдерживает никакого сравнения с десятками официальных интернет-ресурсов Минобороны США.

Что касается военной периодической печати, то в сравнении с советским периодом следует отметить значительное снижение основных показателей: периодичности и тиражности российских военных изданий. Так, «Красная звезда» издается 5 раз в неделю тиражом около 56 тыс. экз.⁷ Окружные газеты выходят еженедельно со средним тиражом 5 тыс. экз.⁸ Беспрецедентно мал средний тираж бригадных «многотиражек» – до 100, редко больше экземпляров. И не в каждом соединении их изданию уделяется должное

⁴ <http://sc.mil.ru/social/media/magazine.htm>

⁵ <http://www.redstar.ru/newspapers>

⁶ <http://sc.mil.ru/social/media/periodic.htm>

⁷ Красная звезда, 10 апреля 2013, № 64, с. 4.

⁸ Окружные приложения к газете «Красная звезда», 10 апреля 2013, № 64.

¹ Козлов А.В. Советская военная периодическая печать в 1945–1991 гг.: монография. – М.: ВУ, 2008, с. 73.

² Там же.

³ Советский воин, 1970, № 16, с. 22.

внимание — где-то газеты выходят еженедельно, чаще — раз в месяц или вообще по необходимости — к праздникам или в ходе учений.

Тематика публикуемых материалов не претерпела значительных изменений с советского времени, кроме отказа от ясно выделенной идеологической составляющей и материалов о партийно-политической работе. Однако качество публикаций, уровень их разработки крайне низки. Сегодня в слабо финансируемых бригадных и окружных изданиях работают гражданские сотрудники, нередко не имеющие специального журналистского и даже военного образования. На качестве изданий скажется и неукомплектованность редакций по штату в силу незавидных зарплат и недостаточное материально-техническое обеспечение типографий, которых где-то просто нет.

Отдельного внимания заслуживает работа военных журналов. Они по-прежнему издаются раз в месяц, но их средний тираж не достигает и 5 тыс. экз. Хотя фотокопии номеров военных журналов и окружных газет выкладываются в Интернете на сайте Минобороны РФ, нельзя говорить, что это полноценные электронные версии изданий, какими мы привыкли видеть интернет-версии гражданских изданий. Это всего лишь архив номеров. Здесь образцом является интернет-версия газеты «Красная звезда», где сайт разбит по тематическим рубрикам, имеется богатый фотоархив, система поиска, возможность комментирования и обсуждения публикаций. Почему не сделать такие же полноценные интернет-версии хотя бы для окружных изданий, а также для ведомственных журналов, которые, кроме прочего, ведут значимую научную работу?

Следует отметить, что главный принцип, по которому реформировались военные средства массовой информации, состоял в стремлении максимально сэкономить финансовые средства в этой сфере, хотя общая численность всех офицеров-журналистов ведомства даже в конце 90-х гг. прошлого века не превышала численности личного состава одного мотострелкового полка.

Сегодня статус военной прессы, к глубокому сожалению, объективно ниже, чем в советское время. «Вообще “Звездочка” из одного из самых авторитетных изданий

страны превратилась в узковедомственную газету. Когда-то ее политику определяли первые лица государства. Сегодня это делают в кабинетах Главного управления по работе с личным составом», — писала о «Красной звезде» «Российская газета»¹.

Весьма условна и «региональность» военных изданий. Как правило, такие газеты распространяются на территории нескольких регионов, где дислоцированы воинские части объединения. Так, газету Центрального военного округа «Уральские военные вести» получают в 29 субъектах страны — это административная треть государства.

Естественно, что сегодняшняя система военных СМИ не в состоянии полностью и качественно удовлетворить информационные потребности военной аудитории, особенно с учетом конкуренции в лице большого количества разнообразных источников информации. Таким образом, сегодня военные СМИ не в состоянии справиться с важнейшими задачами, которые на них возлагаются функционально.

Теория современной отечественной журналистики утверждает, что среди факторов, способствующих формированию оптимальной структуры системы СМИ, следует, прежде всего, учитывать следующие. Первый из них состоит в том, что система СМИ должна представлять все возможные интересы своих читателей (в нашем случае — профессиональные интересы) и их социальные позиции².

Второй фактор — совокупность изданий и программ (в данном случае — военного ведомства) должна создавать максимально полную, объемную, всестороннюю и завершенную картину действительности³.

Третий фактор — ориентация на многообразные интересы аудитории в соответствии с ее профессиональными и личными особенностями⁴.

Система средств массовой информации Минобороны РФ — одна из немногих (включая системы средств массовой информации внутренних войск МВД РФ и Пограничной службы ФСБ РФ), где строго придерживаются государственной политики в своей деятельности. За это

¹ <http://www.rg.ru/2011/12/26/zvezda.html>

² Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики : учебник. — М. : Аспект Пресс, 2003, с. 260.

³ Там же.

⁴ Там же, с. 261.

их нередко упрекают в консерватизме и узости взглядов, но военное издание не должно представлять сборник плюрализма мнений, ведь военное ведомство находится в регламентированных рамках единого механизма принятия и исполнения решений.

Нельзя забывать, что деятельность военных средств массовой информации тесно связана с процессом информационного обеспечения Вооруженных сил РФ, но до сих пор не имеет с ним общей увязки на официальном организационном уровне. Сам процесс информационного обеспечения ВС РФ условно можно разделить на два направления: информирование общественности о деятельности Вооруженных сил РФ и информирование личного состава ВС РФ о событиях, происходящих в войсках. Первое направление возложено на Управление пресс-службы и информации Министерства обороны РФ, которое взаимодействует с гражданскими СМИ. Вторым направлением занимается система средств массовой информации Минобороны России. Практика показывает, что такое разделение не позволяет в полной мере удовлетворять информационные потребности как общества, так и военнослужащих в отдельности. Из-за указанного разделения возможности системы средств массовой информации Министерства обороны РФ сегодня используются далеко не в полной мере.

Как отмечает Н.А. Шимшинов¹, отсутствует единая информационная политика по информационному сопровождению деятельности органов военного управления от центрального аппарата Министерства обороны до частей и подразделений. Так же считает В.К. Белозеров, утверждающий, что Министерству обороны нужны концепция и программа действий в области информационного обеспечения². При разработке такой концепции важно не игнорировать опыт формирования системы СМИ Вооруженных сил СССР.

Авторы считают, что, помимо разработок соответствующих концепций инфор-

мационного обеспечения и информационной политики Минобороны России, необходимо также построить систему военных СМИ в медиаполитическую систему России для того, чтобы военные СМИ были полноценным игроком на международном и российском информационном поле.

В современных условиях специалисты в области теории журналистики, рассматривая систему средств массовой информации, все чаще говорят о формировании медиаполитической системы. Медиаполитическая система — это система государственных и коммерческих электронных и печатных средств массовой информации, формирующих политико-информационное пространство общегосударственного и регионального уровня³. Медиаполитическая система имеет свою структуру. Первый и важнейший уровень состоит из электронных всероссийских средств массовой информации, формирующих российское информационное пространство. Большинство из них находятся в собственности государства, некоторые контролируются частным капиталом. Второй уровень — печатные и электронные средства массовой информации всероссийского, межрегионального и регионального масштаба — представляют коммерческие издания, теле- и радиокomпании. К ним относятся всю деловую периодику, а также коммерческие теле- и радиостанции, имеющие выходы в регионы, но не являющиеся общенациональными по охвату аудитории. Третий уровень системы — региональные электронные и печатные средства массовой информации, которые находятся под контролем либо местных администраций, либо крупных региональных корпораций, редко имеют самостоятельный характер. В настоящее время формируется четвертый уровень информационной системы — Интернет. По сути, это огромный набор коммуникационных каналов, которые также могут использоваться медиаполитической системой в самых различных целях, в т.ч. и в интересах Вооруженных сил России, которые в настоящее время несправедливо обделены конструктивным информационным вниманием.

¹ Шимшинов Н.А. Информационное обеспечение деятельности ВС РФ в процессе их становления и развития // Известия Самарского научного центра РАН, т. 10, № 4, 2008, с. 1168.

² Смотри, слушай и удивляйся // Независимое военное обозрение, 2012, 14 сент.

³ Засурский Я.Н. Средства массовой информации постсоветской России. — М., 2002.