

НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРЕССА В УСЛОВИЯХ РЫНКА: ОБРЕТЕНИЯ И ПОТЕРИ (ФИННО-УГОРСКИЙ КОНТЕКСТ)

Ю. А. МИШАНИН,

*доктор филологических наук, профессор,
главный редактор «Финно-угорской газеты»
(г. Саранск, РФ)*

А. Ю. МИШАНИНА,

*аспирант Российской академии народного хозяйства и государственной
службы при Президенте Российской Федерации
(г. Москва, РФ)*

Выявляются особенности функционирования этнических СМИ в новых рыночных условиях; анализируется экономика национальной прессы; обосновывается необходимость расширения использования финно-угорских языков в средствах массовой информации.

• *информационное пространство финно-угорских народов; экономика прессы; интернет-технологии; журналистское расследование*

Национальная (этническая) журналистика – неотъемлемый атрибут социального устройства, жизнедеятельности любой нации, этноса. Она обеспечивает не только сохранение и развитие языка, культуры, но и эволюцию самого народа, его комфортность, взаимодействие с другими этническими общностями. Развитие национальных СМИ – это сохранение самобытности народов, уважение к их культурным основам, традициям; это показатель того, какое внимание общество уделяет поддержке малых народов.

Следует заметить, что «национальность» («этничность») журналистики определяется не только языковым фактором, хотя он и стержневой в этом смысле, ее составляющими в не меньшей степени выступают национальный дух, характер и направленность, т. е. содержательная сторона.

Традиции национальной журналистики в финно-угорских регионах сформировались в советское время, когда властям в первую очередь требовалось идеологическое обеспечение партийных директив

и т. п. На волне демократических преобразований после почти семидесятилетнего перерыва в среде финно-угорских народов страны возникли организации национального движения, активизировалось разностороннее сотрудничество между ними, оживилось международное финно-угорское движение. Идеи этнического возрождения внесли живительную струю в деятельность национальных СМИ, влияние на процессы национального развития которых первостепенно.

В наступивших рыночных условиях этническая пресса, не имея достаточного кадрового, организационно-технического, финансового потенциала, не только выжила, но и укрепила свои позиции. Во многом это достигнуто ценой большого напряжения сил, самоотверженного труда и энтузиазма преданных своему делу журналистов, которые не бросили свои редакционные коллективы в поисках высокой зарплаты в других изданиях.

В каждом финно-угорском регионе есть свои особенности функционирова-

ния национальных СМИ, но их объединяют общие проблемы, примерно одинаковые условия. Например, в Мордовии наряду с республиканскими изданиями на мокша- и эрзя-мордовском языках выходят общественно-политические и литературно-художественные, детские журналы и т. д. Расширяется эфирное вещание: открылись и функционируют новая национальная радиостанция «Вайгель» («Голос») и новое телевещание на мордовских языках «Од пинге» («Новое время»). Конечно, уменьшение количества титульного населения, знающего родной язык, недостаточная востребованность родных языков, характерная для финно-угорских народов, создают дополнительные трудности для национальных СМИ. Поэтому принимаются меры для повышения статуса мокшанского и эрзянского языков, расширения сферы их функционирования: изучение родных языков введено практически во всех школах республики, в Мордовском государственном университете они изучаются не только на филологическом факультете, но и на многих других, в том числе естественно-технических.

Национальные финно-угорские СМИ решают главным образом культурно-просветительские задачи. На страницах национальной прессы на финно-угорских языках сегодня еще можно прочитать о простом человеке, его заботах и проблемах. В то же время нужно признать: аналитическая составляющая национальной региональной прессы выражена слабо. Преобладает информационно-обзорное направление.

Принципиально новым явлением в современной финно-угорской журналистике стала независимая печать, возникшая в начале 1990-х гг. В отличие от государственных независимые издания, а также издания общественных, национальных организаций часть материалов публикуют на русском языке. К сожалению, подобные издания не всегда оказываются на уровне запросов времени: нарушение норм журналистской этики, а нередко и открытая безграмотность – все это встре-

чается на страницах непрофессиональных изданий.

Другим принципиально важным моментом в развитии финно-угорских СМИ является активизация их сотрудничества, обмена опытом, повышения внимания к коллегам-собратьям из-за рубежа.

Важная составляющая финно-угорской журналистики – кадры, журналистское образование. Практически во всех финно-угорских регионах функционируют или факультеты, или отделения журналистики, которые служат основными кузницами журналистских кадров для национальных СМИ. В Мордовском университете, например, отделение журналистики обладает квалифицированными научными кадрами, среди которых 7 докторов наук. Значительная часть даже специальных журналистских дисциплин преподается на родных языках. Есть квота приема мокши и эрзи. Большая часть дипломных работ также пишется на родных языках. Как результат – сегодня национальные редакции практически не испытывают недостатка в журналистских кадрах.

В наступивших рыночных условиях этническая пресса, не имея достаточного кадрового, организационно-технического, финансового потенциала, не только выжила, но и укрепила свои позиции. Во многом это достигнуто ценой самоотверженного труда и энтузиазма преданных своему делу журналистов.

Экономика этнической прессы в большинстве своем основывается на дотациях из местных бюджетов. Однако это не должно вызывать у редакторов и журналистов этнической прессы чувство ущербности: в современных экономических условиях в регионах почти нет серьезных газет, которые не получали бы дотации. Нужно стремиться к тому, чтобы их увеличивать. Кстати, и на Западе очень многие газеты получают дотации. Более того, специально создаются не-

коммерческие издания. В то же время нужно шаг за шагом идти к экономической самостоятельности. Ибо экономика национальной газеты не может основываться только на подписке (цена не может быть высокой, как правило, она ниже себестоимости), дотациях из бюджета и рекламе. Необходимо еще что-то, позволяющее газете не только выживать, но и развиваться, осваивать новые технологии, достойно оплачивать труд журналистов. Это может быть торговля, услуги, изготовление сувенирной продукции и т. д.

Национальные финно-угорские СМИ решают главным образом культурно-просветительские задачи. На страницах национальной прессы на финно-угорских языках сегодня еще можно прочитать о простом человеке, его заботах и проблемах. В то же время нужно признать: аналитическая составляющая национальной региональной прессы выражена слабо. Преобладает информационно-обзорное направление.

Самое органичное для редакций – печатная подготовка полиграфической продукции, создание информационного продукта и его реализация. Редакции национальных газет обладают ресурсом разнообразной информации о культуре своего народа и кадрами, способными готовить тексты и иллюстрации, разрабатывать дизайн и осуществлять верстку буклетов, листовок, брошюр, календарей, плакатов, каталогов и даже книг. Искать опору нужно и среди людей дела, патриотов (некоторые СМИ создали базу данных таких людей). Редакция может выступить инициатором издания приложения, в состав учредителей которого войдут ведущие предприятия, предприниматели, заинтересованные в формировании общественного мнения по вопросам культуры, и др.

Учредительство на основе договора, регулярные взносы учредителей пред-

почтительнее разовой, бессистемной помощи спонсоров. Спонсоров лучше всего привлекать для проведения акций социального характера, конкурсов. Роль редакции как организатора диалога бизнеса и власти, инициатора журналистских акций укрепит ее авторитет, позволит сделать шаг к экономической самостоятельности газеты. Стоит учиться ведению рекламного бизнеса, разработке бизнес-планов и т. д.

Сегодня мы не можем быть удовлетворены тем объемом времени, в течение которого финно-угорские языки функционируют в электронных СМИ или выходят в эфир. Надеемся, что эта проблема стоит на повестке дня и в перспективе найдет свое решение.

Некоторые республики пошли по пути создания собственных телекомпаний (например, «Моя Удмуртия» и др.), другие наращивают эфирное время, включаясь в уже имеющиеся каналы. Однако пока еще мало используется система государственного заказа на информационный продукт.

К сожалению, на российском уровне, видимо навсегда, потерян образовательный канал. С общероссийских каналов практически исчезли многочисленные народы России, их культура, быт, традиции. Африка – есть, Азия – есть, Америка – тем более. Народов России – нет. И даже на канале «Культура» нет культуры народов России. В какой-то мере эти потери компенсировались местными ГТРК, но когда сетка вещания изменилась в пользу информации, эта возможность пропала.

Можно утверждать, что язык, у которого нет своего «электронного представления», не имеет шансов сохраниться как полноценное средство общения и будет вымыт из обихода. Произойдет лингвистическая «оккупация» народов и культур, лишенных естественных для XXI в. средств письменности. Между тем во многих финно-угорских языках отсутствуют слова для называния новых предметов и выражения понятий из области интернет-технологий, так же как нет не-

обходимого технического инструментария.

По мнению специалистов, минимальный «джентльменский» набор технических средств, который позволит языку полноценно функционировать в электронном информационном пространстве, включает в себя:

1) разработанное и стандартизованное графическое представление национальных шрифтов и соответствующих раскладок клавиатуры;

2) общедоступные электронные словари;

3) системы проверки правописания;

4) системы автоматического перевода;

5) поисковые системы, работающие на национальных языках.

Очевидно, что финно-угорские «национальные компьютерные языки», не могут быть созданы без активной поддержки правительственных структур.

Еще одна составляющая этнической журналистики – освещение проблем этнокультуры и межнациональных отношений в русскоязычных СМИ. Из практики новых газет можно привести немало примеров, провоцирующих этнические обиды и нагнетающих межэтническую напряженность. Навешивание ярлыков, кличек, искажение этнической истории, негативные оценки исторических личностей – все это, к сожалению, было характерно для нашей прессы в совсем недавнем прошлом.

Конечно, и национальная интеллигенция, и толерантно настроенные русскоязычные читатели не оставляли подобные факты без внимания. В Мордовии с помощью Министерства печати и информации республики был проведен ряд конференций, совещаний, семинаров, круглых столов с участием редакторов и журналистов, пишущих на этническую тематику. Например, совместно с отделением журналистики был организован недельный семинар по этнической журналистике.

Сегодня мы наблюдаем уже качественно новую ситуацию. Газеты с большой охотой рассказывают об известных дея-

телях культуры, истории, спортсменах коренной национальности, воспитывая таким образом у читателей чувства достоинства, патриотизма и гордости за свою родину и народ.

Язык, у которого нет своего «электронного представления», не имеет шансов сохраниться как полноценное средство общения и будет вымыт из обихода. Произойдет лингвистическая «оккупация» народов и культур, лишенных естественных для XXI в. средств письменности.

С уверенностью можно говорить о том, что наша пресса прошла период «вседозволенности», «безответственности» и «желтизны». И даже та самая «новая журналистика», склонная к чрезмерной сенсационности, начинает добреть и следовать принципу «не навреди». Сегодня мы уже не встретим случаев навешивания ярлыков или этнических кличек. Верх берут культура журналиста и его морально-этические качества. Хотя еще есть и «упрощенная журналистика», и «облегченная информация», все больший вес набирает серьезная, аналитическая журналистика. Можно надеяться, что эта тенденция будет нарастать и дальше.

Касаясь перспектив развития национальной журналистики, можно предположить такой вариант. Удачные экономические реформы создадут цивилизованный, социально ориентированный рынок, средства массовой информации получают экономическую поддержку более платежеспособной и образованной аудитории, любящей свой родной язык, культуру. В результате вырастут тиражи качественных национальных газет и в целом расширится информационное пространство финно-угорских народов.

Поступила 17.07.2012