

15 → ГОСУДАРСТВЕННЫЕ НОЖНИЦЫ

Как бы то ни было, в начале года председатель Союза журналистов Санкт-Петербурга и Ленинградской области Людмила Фомичева обратилась к губернатору Георгию Полтавченко с просьбой увеличить финансовую поддержку проектов СМИ. В этом году в бюджете комитета по печати и взаимодействию со СМИ на гранты изданиям заложены 50,5 млн рублей. Ведомство готово провести дополнительный конкурс по розыгрышу грантов для СМИ, но появятся ли у комитета на это деньги, зависит от решения депутатов при пересмотре бюджета.

Депутат ЗакСа Марина Шишкина, бывший декан факультета журналистики СПбГУ, уверена, что без государственных льгот и субсидий печатные СМИ могут просто исчезнуть. «Газеты и журналы своих читателей стали терять еще в докризисные времена: во-первых, потому что стала резко сокращаться подписка, а во-вторых, уменьшилось количество киосков, где они продавались. Серьезным ударом для рынка печатной прессы стала отмена государственных субсидий „Почте России“. Когда такая идея только стала обсуждаться в правительстве, эксперты предрекали сокращение подписчиков. И прогнозы сбылись — их число сократилось на 30%. А кризис усугубил и без того нерадужную ситуацию: потребительские расходы на СМИ резко уменьшились, реклама в газетах сократилась на 35%, а затраты на производство увеличилось почти вдвое», — перечисляет госпожа Шишкина.

Роман Захаров из Фонда защиты гласности видит разрушительную силу Смольного «в упорном проталкивании мертворожденного бесплатного „Петербургского дневника“, в искусственном содержании телеканала „Санкт-Петербург“, в странной системе выделения грантов и субсидий, а также проведения конкурсов на размещение материалов в СМИ на платной основе».

«Лояльность ценится превыше качества, и администрация районов вместе с муниципалитетами предпочитает тратить деньги на подкормку „ручных“ изданий, а не на субсидирование действительно важных социальных проектов. Нет, исключения бывают: так, вполне себе популярные СМИ получают даже гранты, но за какие проекты? Вопрос качества не ставится во главу угла — и началось все это еще во времена Яковлева, укрепилось при Матвиенко, и окончательно такая политика стала основой решений Смольного и нижестоящих органов власти при Полтавченко. Это сильно контрастирует даже с московскими реалиями, где борьба за бюджетные потоки требует внимательного отношения к качеству выбираемых для размещения госинформации СМИ», — негодует господин Захаров.

Александр Горшков называет лучшей господдержкой для СМИ отсутствие давления и излишнего регулирования со стороны государства. «В поддержке, безусловно, нуждаются СМИ, аудиторией которых являются люди с ограниченными возможностями, благотворительные проекты. С другой стороны, государство вправе закупать услуги медиа по информированию населения по определенным тематикам при условии грамотного отбора участников и контроля качества», — считает главный редактор «Фонтанки.ру».

Алексей Дементьев уверен, что СМИ нужен нормальный рынок, а не изменчивая поддержка со стороны государства. Марина Ткачева полагает, что кризис выступает регулятором рынка, поэтому СМИ с постоянными читателями, слушателями и зрителями будут продолжать работать. «Рекламы будет меньше, и продавать ее придется дешевле, наверняка придется искать новые форматы. Но поддерживать за счет государства те СМИ, которые не нужны потребителям, я считаю неоправданной роскошью», — ставит точку госпожа Ткачева.

ВОПРОС ДОВЕРИЯ Эпоха «раз напечатали в газете, значит, это правда» давно прошла. Сейчас в центральных городах публикации и сюжеты вызывают реакцию в духе: «Ну, написали, показали — и ладно». В регионах же влияние СМИ по-прежнему сильно, имеет оно значение и для увеличивающегося числа пенсионеров по всей стране.

«Люди среднего возраста, получая информацию из нескольких источников, обладают большими возможностями по самостоятельному составлению информационной картины, — замечает Наталья Ткачева. — В целом за последние десять лет произошло снижение доверия к СМИ. Но не нужно забывать, что за это время появились и успели развиться социальные сети, информация из которых многими воспринимается как достоверная. Некоторые паблики в социальных сетях по охвату аудитории могут вполне успешно конкурировать с полноценными СМИ».

Алексей Дементьев думает, что в целом общество доверяет СМИ, но при этом падает культура потребления новостей. «Нет четких критериев по оценке правдивости СМИ. Например, в „Яндекс.Маркете“ вы можете прочитать отзывы о магазине, а в „Яндекс.Новостях“ нет критериев оценки издания», — поясняет главный редактор «Петербургского дневника».

Главред «Фонтанки» видит в результатах исследований федеральных социологических служб последствия усвоения информации, подаваемой СМИ. «Вывод, хотя и прискорбный: федеральные телеканалы пользуются доверием. Оставим за скобками тот факт, что зачастую потребитель получает пропаганду вместо информации», — говорит Александр Горшков.

Марина Шишкина также считает, что в последние годы журналистика медленно, но верно вырождается в пропаганду. «Поэтому сейчас нужно говорить не о том, верят ли люди СМИ, а в силах ли они сопротив-

ляться пропаганде. Все последние статистические исследования показывают, что способны на это немногие», — заключает госпожа Шишкина.

ИМИТАЦИЯ ОСМЫСЛЕННОСТИ Минкомсвязи официально прогнозирует сокращение 15–20% сотрудников СМИ по всей стране в этом году, то есть работу могут потерять до 60 тыс. сотрудников масс-медиа. Журналист Дмитрий Соколов-Митрич прогнозирует, что из профессии уйдут лучшие, «те, кто работал не только за деньги, но и за интерес, и теперь не хочет тратить жизнь на имитацию осмысленной деятельности».

Эксперты прогнозируют усиление конкуренции среди стандартных форматов СМИ, уход в интернет традиционных изданий и радиостанций, рост активности пабликов в социальных сетях. Александр Горшков называет петербургский медиарынок малоконкурентным, добавляя, что ожидать соперничества на нем можно с приходом Арама Габрелянова в «Балтийскую медиа-группу» (издатель LifeNews и «Известий» господин Габрелянов получил в управление ресурсы БМГ — «100 ТВ», информагентство «Балтинфо», радиостанции «Радио „Балтика“» и «Нева FM», газеты «Вечерний Петербург», «Смена» и «Невское время» — после смерти Олега Руднова. — **SR**).

Марина Шишкина констатирует: в Петербурге давно нет условий для создания крупных проектов в медиасфере, да и людей, которые могли бы их реализовывать, в городе почти не осталось. «В последние пять лет мы все с грустью наблюдали массовую эмиграцию журналистов в Москву. О какой тут можно говорить конкуренции?! В нынешних экономических условиях рынок петербургских СМИ ничего хорошего ждать не приходится. Можно только на чудо надеяться», — уверена бывший декан журфака СПбГУ. ■

ВЫРЕЗАТЬ КАДР одним из ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ НЕГАТИВНЫХ АТТРИБУТОВ, СОПУТСТВУЮЩИХ ТЯЖЕЛОМУ ЭКОНОМИЧЕСКОМУ ПЕРИОДУ В ЖИЗНИ ЛЮБОЙ СТРАНЫ, ЯВЛЯЕТСЯ СОКРАЩЕНИЕ ПЕРСОНАЛА ИЛИ СОЦПАКЕТА КОМПАНИЯМИ, КОТОРЫЕ СТРЕМЯТСЯ ОПТИМИЗИРОВАТЬ СВОИ РАСХОДЫ В БОРЬБЕ ЗА ВЫЖИВАНИЕ. **ЮЛИЯ ЧАЮН**

По данным рекрутингового портала HeadHunter (hh.ru), если в декабре 2014 года спрос на персонал, особенно линейный, держался на хорошем уровне в связи с высоким покупательским спросом и новгодними распродажами, то январь 2015 года в целом по рынку показал некоторое снижение количества вакансий в Санкт-Петербурге по отношению к январю прошлого года (–11%). Это подтверждает уменьшение рекрутинговой потребности работодателей, но пока все происходило плавно на фоне сезонного спада на рынке труда, который характерен для декабря и января.

Юлия Сахарова, директор по Северо-Западу портала HeadHunter, указывает на то, что по сравнению с началом 2014 года в некоторых сферах наблюдается и рост вакансий, в большей степени в области продаж и рабочего персонала. «Максимальное снижение предложений от работодателей

зафиксировано в автомобильной отрасли, закупках, управлении персоналом. Практически на прежнем уровне сохранилось количество предложений в медицине и фармацевтике, банковской и финансовой сферах, высшем менеджменте, среди юристов и строителей. В целом по рынку в феврале мы увидели положительную динамику, количество вакансий по отношению к январю выросло на девять процентов», — говорит она.

Опрошенные SR компании из разных сегментов большей частью рассказали, что не собираются увольнять персонал, хотя, как правило, на рынке это общая практика оптимизации корпоративных расходов.

По данным hh.ru, вопрос об оптимизации персонала стоял у многих крупных и средних компаний, которые отслеживают тенденции рынка, с конца 2013 года. Поэтому частично работодатели уже прово-

дили реструктуризацию в течение всего прошлого года. По итогам исследования, проведенного среди участников «Банка данных заработных плат HeadHunter» (719 представителей российских и иностранных компаний) в январе-феврале этого года, доля компаний, планирующих увеличивать численность персонала, даже превышает долю компаний, планирующих его сокращение (26% против 20% компаний соответственно). При этом сокращения не будут массовыми — в пределах 10–15%. Увеличивать штат планируется в основном в части рядовых сотрудников и специалистов, однако и сокращения в этих категориях будут чуть более значительными по сравнению с линейным персоналом, менеджерами среднего звена и топ-менеджерами, над которыми в меньшей степени нависает эта угроза.

Шарль Будэ, управляющий директор JLL в России и СНГ, сказал, что сегод-

ня в условиях нестабильности клиентам компании — девелоперам, инвесторам, арендаторам — как никогда необходим грамотный консалтинг, а JLL, в свою очередь, нужны профессионалы в команде. «В консалтинговом бизнесе ценен каждый отдельный сотрудник, его опыт и знания. Именно поэтому сегодня мы не планируем сокращений, а, напротив, расширяем команду и нанимаем опытных специалистов», — заявил господин Будэ.

ПАКЕТ С СОЦПАКЕТАМИ Впрочем, увольнение части сотрудников — это не единственный способ сократить расходы. Компании также прибегают к изменению условий работы, переводя работников на неполный рабочий день, отправляя их в неоплачиваемый отпуск, урезая фонд оплаты труда, отказываясь от образовательных программ для сотрудников и ДМС. → **46**

РЫНОК ТРУДА