

**ФИНАЛ ПРАВЛЕНИЯ ЮРЕВИЧА ИЛИ ОБ ОСОБЕННОСТЯХ  
«НЕЗАВИСИМОСТИ» СМИ НА ЮЖНОМ УРАЛЕ**

*А.В. Драгунов*

Анализируется состояние средств массовой информации Южного Урала в настоящее время. Обосновываются положения о становлении в области этатистского авторитаризма в годы правления губернатора М.В. Юревича, о глобальном развитии действующей системы в сторону инструментальной пропагандистской журналистики, мощном влиянии патерналистских традиций на СМИ. Предлагается новая гипотеза об исключении понятия «независимые СМИ» в отношении универсальных средств массовой информации регионального уровня.

Ключевые слова: независимые СМИ; этатизм; авторитаризм; инструментальная пропагандистская журналистика; патерналистские традиции; медиаимперия.

В 2013 году на Южном Урале произошли события, позволяющие назвать его знаковым. Он прославил регион явлением челябинского метеорита. В его недрах в прогрессивных умах работников культуры зрели идеи о планетарной славе. Чуть позднее они аккумулировались в имени всемирно известного актера Ди Каприо. Теперь Леонардо имеет право пожизненно бесплатно посещать челябинский Камерный театр. Это был и последний год эпохи правления М.В. Юревича, теперь уже экс-губернатора и в недавнем прошлом мэра Челябинска. Наконец, в нем, как в зеркале, отразились угрозы вырождения демократии. Вылилось это, прежде всего, в предельную концентрацию СМИ в руках элиты от власти и бизнеса. Крах иллюзий о независимости информационных ресурсов – тоже знаковое явление 2013 года.

Известный теоретик журналистики И.М. Дзялошинский отмечает: «...современные элиты осуществляют свою власть над остальной частью общества не непосредственно, а через промежуточные звенья, такие как бюрократический аппарат и средства массовой коммуникации» [1]. В данном контексте важны оба посыла именно в их взаимосвязи: бюрократический аппарат и СМИ. Последние три года Южноуралье стало апофеозом этой гремучей смеси. Под ее прессом оказались как государственные, так и частные СМИ, исключив любые попытки свободомыслия [2].

В череде событий выделим два момента. Первый по хронологии связан с массированными атаками СМИ окружения Юревича на председателя областного суда Ф.Д. Вяткина. Второй как продолжение первого разворачивается в виде широкомасштабного критического медиашквала уже на действующего губернатора, организованного его оппонентами.

Как пишет А.А. Грабельников, СМИ часто создаются для целенаправленной агитации, пропаганды, организации масс со стороны государства, правящих групп, вплоть до функции идеологического террора [3]. М.В. Юревич первым на Южном Урале понял важность медиапространства как для удовлетворения политических амбиций, так и для защиты и приумножения собственного капитала.

Чтобы понять серьезность и влияние его медиаимперии в Челябинской области (аналогов в регионах России нет), достаточно перечислить рейтинговые СМИ региона, подконтрольные Юревичу: газеты «Вечерний Челябинск», «Московский комсомолец – Урал», «Metro int. Челябинск», «Челябинский караван», «Бизнес-курьер 74», «Медицина Челябинска», «Советский меридиан», «Калининский район», 31-й телевизионный канал, радио «Эхо Москвы» в Челябинске, «ДФМ Челябинск», портал polit 74.ru, ряд сайтов, справочников и общественно-политических спецпроектов [4]. Через холдинг «Гранада Пресс» жестко управляется официальная газета области «Южноуральская панорама», учрежденная правительством и Законодательным собранием региона. Практически подконтрольны и все средства наружной рекламы областного центра.

До поры до времени (до прихода Юревича в мэрское, а затем и в губернаторское кресла) создавалась иллюзия масштабной независимости СМИ в Южноуральском регионе. Многим памятли информационные войны в начале нулевых годов третьего тысячелетия, навязанные СМИ Юревича тогдашнему губернатору П.И. Сумину из-за конфликта Михаила Валерьевича, бывшего тогда депутатом Госдумы, и первым заместителем Сумина А.Н. Косиловым. В качестве «вышибал» были и профессиональные журналисты (А. Корецкий, Г. Галкин, О. Грачев), и специалисты широкого профиля типа В. Филичкина.

Действительно, в области четко прослеживались две составные части влиятельной журналистики. Этатистские СМИ (государственные): «Юж-

ноуральская панорама», областное телевидение, все районные, городские газеты и частные, в том числе принадлежавшие в основном семье или окружению Юревича: «Вечерний Челябинск», 31-й телеканал, массовая газета «Соседи», тиражом 500 тысяч экземпляров, радио «Эхо Москвы – Челябинск» и другие.

Ситуация в корне изменилась, когда в 2010 году губернатором назначается М.В. Юревич. Практически все ведущие СМИ области стали частью деятельности одного человека, превратившегося в крупнейшего медиамагната России. Чтобы не быть голословными, приведем выдержку из газеты: «...команда Юревича контролирует большинство рейтинговых СМИ своего региона. Все эти медиа не являются убыточными, так как финансируются из бюджетов органов власти. В частности, ООО «ИД» Гранада Пресс» выделено 29 млн рублей. 31-й канал, официально принадлежащий семье Юревичей, аналогичным образом финансируется из бюджета, а ООО «ИК «Медиа – центр» получил 28,5 млн рублей» [4]. Административный ресурс в действии!

Любая монополия создает атмосферу вседозволенности. Уже через два года работы нового губернатора было ликвидировано управление по делам печати и массовых коммуникаций правительства области, через которое шло финансирование всех государственных СМИ региона. В полной зависимости оказалась и ассоциация редакторов городских и районных газет Южного Урала, поскольку решающее слово остается за представителями «Гранада Пресс».

Сложившийся этатистский авторитаризм окончательно превратил СМИ в носителей инструментальной пропагандистской модели журналистики. Его апогеем стал шабаш (иного слова трудно подобрать) вокруг имени уже упоминавшегося Ф.Д. Вяткина. Практически все названные выше местные средства массовой информации, подключившиеся к ним центральные издания, радио- и телеканалы выплескивали тонны бумаги, дорогостоящее эфирное время на дискредитацию главного представителя судебной власти области. Более того, в эту свистопляску были втянуты общественные палаты Южного Урала (председатель В.Н. Скворцов) и даже всей России.

Особую роль сыграл бюрократический аппарат губернатора. Так, заместитель руководителя одного из управлений правительства области в передаче центрального телеканала согласился на подлог (путем нехитрых трюков ему изменили внешность и голос). В результате через суд возбуждено уголовное дело, в клевете обвиняется первый заместитель губернатора О.Н. Грачев, вынужденный подать в отставку. Остальные фигуранты по делу давали различные показания, признав свою вину уже тем, что согласились на редко встречающуюся трактовку «досудебная амнистия».

Дальнейшая сюжетная линия лишь подтверждает тезис о том, что каждый владелец средства массовой информации (речь идет о СМИ универ-

сального содержания) «старается монополизировать публичное слово или хотя бы стремиться к победе своего представления о мире и его признанию в качестве правильного и верного как можно большим числом людей...» [5]. В ходе опорочивания Д.Ф. Вяткина проюревичевски настроенные журналисты зло, глуповато стали компрометировать и крупного бизнесмена А.И. Аристова.

Ответные меры не заставили себя ждать. И как всегда бывает, в качестве дубины были использованы средства массовой информации. Действовавшие к тому времени (лето 2013) года телеканал «СТС – Челябинск», газета «Соцгород» срочно перестраивались в силу симпатий их босса депутата Законодательного собрания области А.В. Барышева к Аристову и Ко, регистрировались и бросались в бой новые издания.

Так появилась газета «Челябинск. Люди. События. Факты». Тиражи номеров издания, выходившего еженедельно форматом А-3 и объемом 4–8 полос, поразили даже многое повидавших профессионалов журналистики: 500000 [6], 700000 экземпляров [7]. Еженедельник распространялся бесплатно, учредителем и издателем значилось ООО «Инфо-медиа». О содержании этого издания, чей выход связан также с именем А.В. Барышева, впрочем, как и другой газеты «Соцгород», можно судить по заголовкам публикаций: «Губернаторское кладбище (на политический олимп по трупам)» (№ 5), «Спаси рядового губернатора» (№ 8), «Юревич, хватит врать!» (№ 9), «Жажда денег привела губернатора на панель» (№ 9), «Челябинская область проглотила Лихтенштейн» (№ 10) и т.д. Не менее говорящие подзаголовки и врезки на страницах еженедельника: «Поведение действующей власти в субъекте Российской Федерации под названием Челябинская область не забыто и, наоборот, все больше вызывает недовольство, а порой и просто раздражение в федеральном центре» (№ 10), «Михаил Юревич уверенно выходит на лидерские позиции в рейтинге самых дорогих губернаторов России» (№ 8), «В Челябинске самые хорошие автомагистрали проводятся в первую очередь к торгово-развлекательным комплексам. Принадлежащим, как многие считают, семье челябинского губернатора Михаила Юревича» (№ 9), «Команда нынешнего губернатора почти в полном составе находится под следствием. При этом самому Юревичу каким-то непостижимым образом удается оставаться над схваткой» (№ 5), «Осенью прошлого года губернатор Михаил Юревич опозорился на всю страну, когда слетал на бюджетные деньги в Ниццу на день рождения к своему другу – бизнесмену Сергею Вайнштейну. А теперь Сергей и Евгений Вайнштейны стоят у истоков очередного скандала, к которым нашей области, впрочем, уже не привыкать. Сейчас приближенные к Юревичу бизнесмены вознамерились превратить в городской пруд жемчужину Южного Урала – озеро Тургояк» (№ 13) и т.п. Надо отметить, большинство материалов газеты «Челябинск. Люди. События. Факты» подготовлены на

добротном качественном уровне, что редко встретишь в изданиях подобного типа, где трудно отличить правду от лжи, а искажение, подтасовка фактов являются едва ли не нормой этики журналистов. Всем показателям аналитической журналистики соответствуют, например, публикации В. Слепова «Побочные эффекты «дорожной революции» (№ 9), С. Быстрова «Идет охота на «сохатых» (№ 13), Е. Петровой «Образцово-показательная ложь» (№ 12). И этот список можно продолжить. Конечно, встречаются и другие публикации, скажем, дурно пахнущие, где многое притянато за «уши», как это сделано в огромной публикации «Губернаторское кладбище» (№ 5).

Очередной информационный сюрприз ожидал южноуральцев и губернатора региона на финише знакового 2013 года. В декабре увидела свет газета «Южноуральская правда» тиражом 700000 экземпляров, на 8 полосах формата А-3 и также при бесплатном распространении, учредитель ООО «Медиацентр Альфа». О миссии издания, его направленности можно судить уже по заголовкам первых номеров: «Опыты Юревича с диверсификацией экономики региона дают отрицательный результат», «Столичный эксперты считают Челябинскую область регионом-аутсайдером», «Комякова ругали журналисты, а Юревича отчитывал президент», «О цинизме власти, об ответственности перед людьми», «...Грачев клеветал, а Уфимцев мошенничал». И если изначально газета заявлена как городская общественно-политическая, то уже в третьем номере ее статус (тип) изменился. Она стала областной общественно-политической. Видимо, в пику официальной газете области «Южноуральская панорама».

В отличие от еженедельника «Челябинск. Люди. События. Факты» «Южноуральская правда» делается по вполне классическим канонам журналистики, неся в себе информацию о политической жизни области, экономики, финансах, используются и кондовые астрологические прогнозы, афиши культуры и спорта.

Преображение телекомпании «СТС-Челябинск» и особенно ее ежедневных выпусков «Городские новости» (и здесь не обойтись без упоминания А.Барышева) – показательный пример того, как бизнес-элита использует журналистику в качестве приводного ремня для решения своих локальных целей. Но надо подчеркнуть, что антигубернаторская кампания, начатая телевизионщиками в июне 2013 года, резко изменив формат передач, проходила на серьезном аналитическом уровне. Закономерно, что социологические исследования, проведенные в октябре 2013 года, показали активный рост зрительской аудитории в часы выхода новостей [8].

Естественно, прогубернаторские СМИ не отмалчивались. А в августе 2013 года зарегистрирована газета «Правда и жизнь» тиражом 200000 экземпляров. Учредителем и издателем стало, конечно же, ООО ИД «Гранада Пресс». О ее миссии дает представление декабрьский номер, вышедший с характерной «шапкой» на первой полосе: «Политический кризис на Южном Урале. Исто-

рия конфликта» и не менее говорящим заголовком над лид-абзацем: «Аристов и Барышев развязали дискредитирующую кампанию против Юревича».

Прочитируем и начало программного заявления редакции: «На территории Челябинской области возникла серьезная угроза социально-политической стабильности. Причина – развязанная против губернатора Михаила Юревича невиданная ранее масштабная дискредитирующая кампания. Во главе ее – лидеры организованного сообщества, ранее судимый Александр Аристов и его партнеры по различным бизнесам, а основной модератор и организатор кампании – бизнесмен, депутат, лидер общественного движения «Соцгород» Андрей Барышев» [8].

Чем закончились эти исторические для политической жизни области и ее журналистики баталии? Губернатор Юревич ушел в отставку в январе 2014 года. «Городские новости» вещают в «дореволюционном» регламенте растворившись в среде себе подобных передач. «Челябинск. Люди. События. Факты», видимо, прикажет долго жить (мавр сделал свое дело). «Южноуральская правда» пока выходит (на момент подготовки статьи), отличаясь от других универсальных изданий разве что тиражом – он по-прежнему огромен – полмиллиона экземпляров и неся существенные убытки учредителю, что долго продолжаться не может. Опять же дополнительная приятность для покупателей продукции в фирменных магазинах «Ариант»: вам подадут попку в пакете, где аккуратно уложена газета «Южноуральская правда». Ноу-хау в плане реализации периодики.

Андрей Барышев исключен из партии власти «Единая Россия» в конце 2013 года. Формулировка знакома людям, изучающим историю СССР, особенно черные 30-е годы ушедшего столетия. Напомним, Барышев стал изгоем за нарушение так называемой партийной дисциплины, конкретно, за критику губернатора Юревича. Вправе требовать восстановления справедливости, если это ему нужно, памятуя о грядущих выборах мэра Челябинска.

Подытоживая, отметим, что все вышеперечисленные истории финала правления Юревича заставляют, наконец, расставить точки над «и» в вопросе о независимости СМИ регионального типа универсального содержания (общественно-политического). Во-первых, нужно помнить о силе патерналистских традиций в России. Начиная с Петра I, учредившего первую российскую газету. Тяга российских журналистов к власти, ее мощному плечу (тугому карману?) априори образует систему этатизма, т.е. зависимость медиапространства от государства. Плюс к этому незavidное существование городских и районных СМИ, которые просто не могут выжить без финансовой или иной поддержки местных администраций. На этом фоне аргаяшский журналист М. Шафиков, выпускающий газету «Солнечный берег», – альбинос, исключение из штатной ситуации. Региональные СМИ, электронные и печатные, все еще находятся в советском состоянии, будучи под тотальным контролем местных властей.

Медиаландшафт России примечателен тем, что государство контролирует 70 % всех электронных СМИ, 80 % региональной и 20 % центральной прессы [1].

Во-вторых, бизнес-элита (а только она может позволить себе содержать «пароходы и газеты») очень четко уловила зависимость человека, социальных структур от медиа. И в силу той или иной надобности манипулирует, прежде всего, используя свои финансовые и политические возможности, как конкретно журналистами, так и всеми составляющими СМИ: прессой, радио, телевидением. Именно это и поучительно как вывод из южноуральских перепетий 2013 года.

Таким образом, можно говорить о некорректности употребления самого термина «независимые средства массовой информации». Употребляя его, мы скорее отдаем дань идеалу, может быть, «золотому веку» журналистики начала 90-х годов XX века. Тогда действительно были независимые от государства и бизнеса СМИ. Достаточно вспомнить еженедельник «Контакт», вышедший в 1988 году, газеты «Вечерний Челябинск», «Челябинский рабочий».

Расставание с иллюзиями, в том числе и абсолютно навязчивыми, например, утверждением, что журналистика – это четвертая власть, – испытание горькое, но совершенно необходимое. Крупный бизнес, изначально придав СМИ кажимость независимости, превращает их в бастион защиты своих интересов. Наступает своеобразный конец празднику свободы слова, мифологию о которой так долго пытались создать в отношении региональной журналистики. Просто пока нужно свыкнуться с мыслью, что есть государственные (этатистские) СМИ и частные. Все. Точка. Независимые общественно-политические (универсальные) СМИ в сегодняшних регионах России – от лукавого, с каких сторон не смотри.

#### Библиографический список

1. Дзялошинский, И.М. Медиaprостранство России: пробуждение Соляриса / И.М. Дзялошинский. – М.: АПК и ППРО. – 422 с.
2. Драгунов, А.В. Этатистский авторитаризм: угроза свободе региональных СМИ России / А.В. Драгунов // Наука и образование в жизни современного общества: материалы международной научно-практической конференции. – Тамбов, 2013. – С. 3–8.
3. Грабельников, А.А. Работа журналиста в прессе: учебное пособие / А.А. Грабельников. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 316 с.
4. Медиаимперия. Газета «Челябинск. Люди. События. Факты». – 2013. – № 5. – С. 3.
5. Шампань, П. Делать мнение: новая политическая игра / П. Шампань; пер. с фр. Н.Г. Осиповой и др. – М.: Socio-Logos, 1997. – 335 с.
6. Газета «Челябинск. Люди. События. Факты». – 2013. – № 5. – С. 4.

Наука ЮУрГУ: материалы 66-й научной конференции  
Секции социально-гуманитарных наук

7. Газета «Челябинск. Люди. События. Факты». – 2013. – № 10. – С. 8.
8. Газета «Правда и жизнь». Челябинск. – 2013. – Декабрь. – С. 1–2.