

Для кого пишут наши СМИ?

Очень остроумного и злого жаль мне пародиста (читать «журналиста», «колумниста» и т.д. – прим. авт.) записного, лучшего эстрадника Москвы, – написал один очень средний поэт 20 века.

И тут же был замечен знаменитым Александром Ивановым, который увековечил его в своей пародии. Мне вот тоже бесконечно жаль нас, записных, которых даже пародировать некому. Народ журналистов не любит и считает продажными. Вдвойне обидно, когда редакционную статью называют заказной. Но если не иметь в виду именно деньги, то по большому счету народ прав – не все ли равно, заказ рекламодателя или заказ редакции, если общий смысл от этого одинаково страдает? А заказ редакции – это просто формат СМИ. И в рамках этого формата невозможно писать о многом из того, что так волнует сегодня людей.

Те, кто еще не привыкли читать СМИ с такой же неразборчивостью, с какой научились поедать гамбургеры из придорожных киосков, хотят (уже не скажу «ждут») от нас актуальности и, как ни смешно, правды. Да простят меня циничные коллеги по перу, правда – это далеко не всегда понятие относительное, а актуальная тема – это то, что происходит постоянно и каждый раз, когда мы сталкиваемся с ней, она взрывает нам мозг. Я уверена, что для большинства людей злободневное – это не горячее событие, которое вчера бомба, а завтра никому не интересно. Серьезные животрепещущие проблемы, по-настоящему волнующие народ, не имеют срока давности. Но писать о них просто некуда. СМИ требуют от журналиста конкретный повод, почему вдруг он обращается к этой теме. Например, никто не пишет, что в Советском районе отсутствует детская травматология, поэтому покалеченных детей везут за 30 км в городскую клинику, а в Черепаново вода в кране настолько коричневая, что в ней даже стирать невозможно, не то, что пить ее. Вопиющие, конечно, факты, но, увы, не формат.

Кроме того, прессе необходима уникальность происходящего. Предлагаю, допустим, в одно крупное федеральное СМИ публикацию про то, как пострадавший пешеход выиграл в суде 120 тысяч рублей у «Альфа-страхования» в качестве компенсации здоровья по ОСАГО и вдруг в конце статьи судья говорит, что случай не единичный. Читателям это заявление судьи открывает глаза, что ряд правил ОСАГО работает только через суд. Более того, что так работает не только упомянутая компания, но и другие крупные федеральные сети страховщиков, и потерпевшим надо добиваться своего законного права. Зато для редакции газеты событие, уже имевшее прецеденты, неактуально.

Недавно я столкнулась с незнанием правил дорожного движения следователями отдела дорожно-транспортных происшествий (ОДТП). Водитель, сбивший пешехода насмерть, сообщил, что он не объехал его на пустой дороге, поскольку это запрещено ПДД, и следователи УВД города и области в один голос подтвердили, что подобные маневры запрещены. Выходит, если не успеваешь затормозить – сбивай. Я позвонила в ГИБДД, где мне зачитали комментарии в ПДД РФ п.10.1, которые не только позволяют в таких случаях маневры, но и обязывают водителя принять все меры, чтобы не совершить наезд. Но то, что следователи ОДТП не знают ПДД – это опять не новость и не событие. Это старо, как мир, и написать про это на новостной сайт у вас, господа журналисты, никогда не получится. А что же тогда является событием? Мэр посетил завод, а губернатор – университет, владельца NYP отпустили из изолятора за миллион, со стройплощадки угнали экскаватор, а школьники приняли участие в субботнике, – вот это настоящие городские новости! Об этом жители Новосибирска прочтут с интересом и расскажут своим близким.

Один коллега мне сказал, что СМИ это всего лишь сфера обслуживания, такая же, как ресторан. С этим трудно поспорить, однако ресторан обслуживает клиентов, а не шеф-повара и не своего директора. А на кого, скажите, ориентированы наши СМИ? Мне кажется, что на какую-то лучшую половину человечества, которая не обременена вопросами жизни и смерти, здоровья и болезни, коррупции и правосудия. Вся наша пресса делится на деловую, специальную и информационно-развлекательную, а новостные СМИ объединяют в себе все эти категории. И дело вовсе не во внешней цензуре и каких-то официальных запретах. Просто СМИ – это не миссия, как наивно может некоторым показаться, а обычный бизнес, букво-слово-комбинат. И никто не имеет права давать владельцам этих производств советы, из чего им делать свою фирменную «колбасу».

Мнение редакции может не совпадать с точкой зрения автора колонки.

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](#)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24_link_bot](#)

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24_link_bot](#)

эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: [@nsk24_link_bot](#)

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: [@tomsk24_link_bot](#)

эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: [@babrobot_bot](#)

эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)