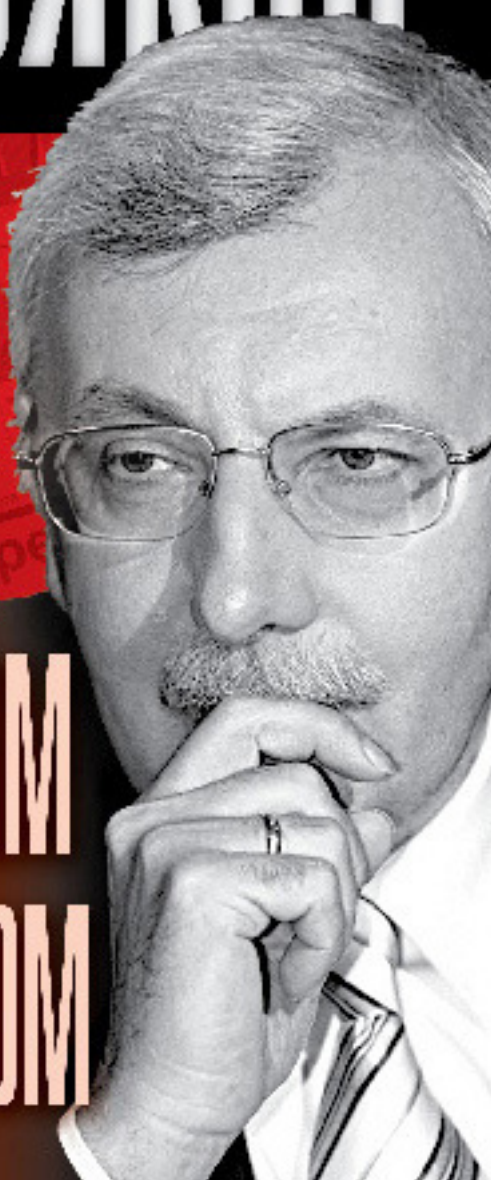


ВИТАЛИЙ

ТРЕТЬЯКОВ

**КАК СТАТЬ
ЗНАМЕНЫТЫМ
ЖУРНАЛИСТОМ**



Виталий Товиевич Третьяков

Как стать знаменитым журналистом

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=6375331

Как стать знаменитым журналистом./Третьяков В.Т.: Алгоритм; Москва; 2010

ISBN 978-5-9265-0768-0

Аннотация

В.Т. Третьяков, создатель «Независимой газеты» и на протяжении 11 лет ее бессменный главный редактор, один из ведущих журналистов и политологов страны, многие годы читает в МГИМО курс лекций по журналистскому мастерству, в основе которого – его колоссальный профессиональный опыт. А потому данный учебник, написанный на основе этих лекций, представляет собой своего рода открытый мастер-класс, причем мастер-класс предельно демократичный, от посещения которого выиграют как студенты, так и искушенные профессионалы. Книга адресована не только тем, кто намерен связать свою жизнь с журналистикой или действующим журналистам, но и тем, кто по роду своей деятельности соприкасается с ней, пользуется услугами СМИ, – политикам, политологам, политтехнологам, сотрудникам PR-агентств и т. п. Издание, выдержало не одно издание, пользуется постоянным спросом и популярностью.

Содержание

От автора	4
Медиакратия: СМИ как эффективное орудие власти в информационном обществе	6
О виталии третьякове и его учебнике	7
О медиакратии	10
Информационное общество	11
Манипулятивная демократия и информационно-политические партии	15
Спор с Третьяковым о PR	17
Мир становится все более управляемым	19
Вопросы гражданину Третьякову	22
Для не журналистов: как пользоваться СМИ, или основы публичного выступления	24
Введение	32
Раздел первый	36
Лекция 1	36
Лекция 2	41
Лекция 3	51
Лекция 4	56
Лекция 5	67
Лекция 6	76
Лекция 7	88
Конец ознакомительного фрагмента.	90

Виталий Товиевич Третьяков

Как стать знаменитым журналистом

От автора

Данное издание моего Курса лекций по теории и практике современной русской журналистики «Как стать знаменитым журналистом» является вторым. Первое было выпущено издательством «Алгоритм» в 2004 году тиражом 3 тысячи экземпляров и довольно быстро исчезло с прилавков книжных магазинов. Много разъезжая по стране, я знаю, что мой курс используют для преподавания журналистики в разных университетах России. И всюду – при дефиците самой книги, имеющейся на соответствующих кафедрах буквально в одном-двух экземплярах.

Все эти годы, получая постоянные вопросы о том, где можно купить или «достать» эту книгу, а также просьбы о выпуске нового издания, я намеревался такое издание подготовить, но, конечно, не как стереотипное, а в переработанном виде. Однако осуществлению этих благих и, что приятно, желаемых читателями намерений мешала постоянная занятость практической работой в печатных и электронных СМИ.

Работа эта не прекращается и по сей день, однако в 2008 году возник новый побудительный мотив для подготовки нового издания книги, которую и сам я иногда называю учебником. В начале лета 2008 года я был назначен деканом еще не существующего нового факультета Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова. Факультет получил название Высшей школы телевидения. Целью его создания стала организация системы академической и специальной подготовки телевизионных кадров высшей квалификации для бурно развивающейся отечественной телеиндустрии и приютившейся внутри нее тележурналистики.

Уже осенью 2008 года Высшая школа телевидения МГУ приняла в свои аудитории на Воробьевых горах первых студентов бакалавриата и магистрантов. И их нужно было учить – в том числе и журналистике.

Естественно, я воспользовался для этого своим учебником, передав в библиотеку факультета последние три десятка оставшихся у меня авторских экземпляров книги.

Законы и правила журналистики, как и математики, универсальны. Однако специфика журналистского труда в системе электронных СМИ, конечно, существует. А мой курс лекций составлялся главным образом для чтения будущим работникам классических печатных СМИ. Разумеется, представляя на своих занятиях в Высшей школе телевидения этот курс студентам-телевизионщикам, я дополнял его содержание тем, что имеет непосредственное отношение к телевидению. В связи с этим в голове у меня уже сложились все дополнения и уточнения, которые необходимо добавить в учебник, заодно несколько обновив, на основе появившихся и проявившихся после 2004 года тенденций в развитии отечественного телевидения и журналистики, фактологическую и иллюстративную сторону книги. Однако организационные хлопоты, связанные с созданием и первым годом существования Высшей школы телевидения, не позволили мне этим заняться.

Наконец я решил, что откладывать дальше подготовку нового, дополненного и расширенного издания нельзя (тем более, что книг стало не хватать уже и студентам самой Высшей школы телевидения, число которых в 2009 году увеличилось втрое). Зима, весна и лето 2010 года были мною намечены как время неперенной работы над новой редакцией учебника. И осенью 2010 года я собирался выпустить его в свет.

Однако случившаяся в конце сентября 2009 года автомобильная авария, приведшая, увы, к серьезной травме моей правой, то есть рабочей, руки, отложили эти планы, как минимум, на год. Между тем просьбы переиздать книгу хотя бы в её первоначальном виде продолжают поступать.

Вот почему мы с издательством «Алгоритм» и решили предпринять такое переиздание. От первого издания оно отличается только этим Предисловием. Ну и, разумеется, оформлением книги.

Я по-прежнему намерен подготовить, причем очень стремительно, но как только это позволит восстановление функций моей правой руки, новое издание книги, значительно расширив в ней, помимо прочего, части и разделы, относящиеся непосредственно к телевидению. Однако с полной ответственностью могу утверждать, что и данный вариант, на мой, авторский, взгляд, не страдает ничем таким, что бы могло потребовать его коренной и принципиальной переработки или помешать мне предложить его вниманию нынешних студентов факультетов журналистики и телевизионных школ в качестве курса, честно, трезво и непредвзято описывающего то, что должен знать и в чем должен ориентироваться, соглашаясь со мной или не соглашаясь, современный пишущий или телевизионный журналист. Тем более – готовящий себя к этому поприщу студент.

31 января 2010 г.

Медиакратия: СМИ как эффективное орудие власти в информационном обществе

Книга, которую вы держите в руках, произвела на меня настолько сильное впечатление, что, сев за написание, как первоначально предполагалось, краткого предисловия к ней, я, отталкиваясь от идей, заявленных автором, неожиданно для себя разродился пространным очерком. Учебник Виталия Третьякова достоин нетривиального предисловия. Размышляя о том, как оно может быть построено, я вспомнил известную модель русской литературы. Как вы помните, статьи Белинского о Пушкине и Гоголе становились самостоятельными произведениями. Они не претендовали на подмену книг русских гениев, а отталкивались от их идей, чтобы их выразить и вписать в более широкий контекст. Такую амбициозную цель я и поставил перед собой, для чего попытался ввести проблему, блестяще проанализированную Третьяковым, в более широкий контекст. *Виталий Третьяков находится внутри журналистики* и анализирует ее жизнь с точки зрения журналиста. *Я же намереваюсь дать взгляд извне – со стороны политики* и столь нелюбимых автором *PR-технологий*. Я считаю важным дополнить взгляд Третьякова, **ОТРАЖАЮЩИЙ ТОЧКУ ЗРЕНИЯ ТЕХ, КТО ДЕЛАЕТ СМИ, – ВЗГЛЯДОМ ТЕХ, КТО** использует СМИ для достижения своих целей, прежде всего – власти и влияния.

Надеюсь, Виталий Третьяков, который, будучи главным редактором «Независимой газеты», только приветствовал свободомыслие и несогласие со своей позицией, не откажется от готовности поместить под обложкой своей книги мой опус, отхвативший значительный кусок ее объема.

В свое оправдание могу сказать, что я уже использовал многие идеи, изложенные в книге «Как стать знаменитым журналистом», в своих лекциях и специальных игровых занятиях в рамках курса «Теория и практика СМИ», которые я читал и проводил на отделении «Связи с общественностью» философского факультета МГУ, а также в курсе «Особенности мирового и российского политического консалтинга – как делается политика в современном информационном обществе» на отделении политологии МГИМО. Приступим...

О виталии третьякове и его учебнике

Наконец-то! Вот первая мысль, которая возникла у меня, когда в купе поезда, везущего нас из Москвы в Киев на конференцию, Виталий Третьяков рассказал мне, что завершает работу над большим учебником по журналистике. Именно он и должен был его написать. Судите сами, какой опыт обобщен в этом учебнике.

В советское время, уточним – в позднесоветское время, когда СССР заимел огромные амбиции на международной арене, когда он стал действительно сверхдержавой, без которой не решались никакие ни международные, ни внутренние дела, ни на одном из континентов, ни в одной из стран, – тогда Виталий Третьяков работал в главном центре советской внешнеполитической пропаганды – *агентстве печати «Новости»*, знаменитом АПН – одной из самых мощных в мире информационно-пропагандистских машин, которая распространяла свою информацию и пропаганду в жесткой конкурентной борьбе с американским USIA – Информационным агентством США.

Как только в СССР началась либерализация, вошедшая в историю под именем Перестройки Горбачева, Виталий Третьяков оказался в центре главного СМИ времен перестройки – в *«Московских новостях»* («МН»). Именно «МН», отчасти вместе с «Огоньком», раньше всех продвигали вперед фронт свободы слова, именно там печаталось все самое интересное, чем взапой зачитывались миллионы советских интеллигентов и что тщательно, по строчке изучалось в десятках аналитических центров во всех ведущих странах мира.

А с 1990 по 2001 год он руководил созданным им суперпроектом – *«Независимой газетой»*. «НГ» стала и оставалась влиятельнейшей газетой на протяжении всего этого времени, 11 лет каждый день она ложилась на стол всех, кто имел отношение к власти или большим деньгам в России. Третьяков создал газету совершенно нового формата – мне кажется, что это был, по сути, ежедневный журнал. Среди авторов «НГ» были, наверное, все влиятельные люди России, включая президентов стран – бывших советских республик и мира. *Авторский коллектив «НГ» при Третьякове* – не только корпус ее журналистов, из которых вышли яркие профессионалы, ставшие потом звездами других СМИ, но и, по сути, *вся интеллектуальная элита России*. «НГ» открывала российскому читателю целые новые области: она начала публиковать специальные приложения, посвященные внешней политике – «Дипкурьер НГ»; армии и силовым структурам – «Независимое военное обозрение»; странам, в которых живут наши бывшие сограждане и о которых мы почти забыли под гнетом собственных проблем и бед, – «Содружество НГ»; «НГ» вернула людям, уже готовым было заикнуться на деньгах и власти, интерес к культуре – «Кулиса»; в период жесточайшего цейтнота она напоминала, что существуют вечные ценности, – «Ex libris НГ». А приложение «НГ-сценарии» стало фактически первым политологическим изданием по всей России. В целом «НГ» времен Третьякова насчитывала 15 тематических приложений.

Некогда главный редактор самой влиятельной газеты России, Виталий Третьяков знаком со всеми политическими, экономическими И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМИ ЛИДЕРАМИ РОССИИ И ОГРОМНЫМ ЧИСЛОМ лидеров ведущих стран мира. Он не просто встречался с ними на светских тусовках, а брал интервью, обменивался мнениями по самым жгучим вопросам.

Потом, после «НГ», он успел поработать главным редактором журнала *«Мировая энергетическая политика»*, придумал и ведет на канале *«Культура»* аналитическую передачу *«Что делать?»*, создал и руководит большой интернет-игрой *«Республика. Ру»*.

Добавьте сюда прекрасное образование, в чем я сам не раз мог убедиться в личных беседах, да это и видно по многим его текстам. Добавьте интерес и уважение к мнению специалистов, к экспертному анализу. Сам наш герой не раз предлагал блестящие образцы

такого анализа. Все эти годы Третьяков был истинным просветителем, несущим в меру своих сил свет знания, и пытался противостоять воинствующему невежеству и демагогии, которые завоевали серьезные позиции в нашем обществе и в мире за эти годы. Практически все ведущие эксперты России считали «НГ» своей газетой, а ее главного редактора – своим коллегой – как ранее, так и поныне.

Добавьте сюда патриотическую позицию, уважение к стране и ее народу – а многие представители российской элиты традиционно грешили и грешат презрением и даже какой-то ненавистью к России, к русским, к согражданам. Добавьте и нравственное мерило своих и чужих действий, которое многие не только забыли в эти труднейшие годы, но даже поспешили предать анафеме, сотворив себе нового (или старого) кумира – золотого тельца.

В новейшей истории России было несколько расколов общества и его элиты, и мне нравится, что Виталий Третьяков был одним из первых, кто провозглашал необходимость перехода к новому этапу. Сначала это были антикоммунисты, сторонники демократии, борцы против монополии КПСС, потом – сторонники укрепления государства (возрождения государственных институтов) против апологетов дикого ельцинского олигархического капитализма. Теперь постепенно дает о себе знать новый раскол – сторонники морального возрождения и долга против тех, кто воспринимает свободу как индульгенцию на «все позволено», если есть деньги и желание. Проще сказать – Виталий Третьяков никогда не боялся занимать гражданскую позицию, поднимать голос против тех, у кого власть сегодня в руках. И я убежден, что наличие гражданской и нравственной позиции очень важно для автора учебника такого типа.

Виталий Третьяков любит и СМИ и журналистов, поэтому он пишет о любимом деле. И это тоже очень важно. И при этом он не ваяет апологию СМИ и журналистам – совсем наоборот, он очень критичен к СМИ, но это критика в высоком смысле этого слова – поиск смысла и внутренних противоречий. Учебник великолепно скроен и благодаря обратной связи со студентами, которые уже несколько лет слушают курс Виталия Третьякова по аналитической журналистике в *Московском государственном институте международных отношений*. А то, что Третьяков любит и умеет работать со студентами, я видел сам в нашей *летней политической школе в Крыму, в Форосе*, где он проводил свои занятия. Учебник Третьякова будет очень, очень полезен всем, кто работает и будет работать в СМИ. Или будет работать с ними, а это предстоит очень многим, поскольку роль СМИ в обществе будет только возрастать. И всем, кто намеревается играть сколько-либо значимую роль в будущей России (а кто из студентов не мечтает об этом?), нужно будет так или иначе овладеть теми уникальными знаниями, которые вы можете найти на страницах этой книги.

Да, то, что это будет прекрасный учебник, мне было понятно с самого начала. Но когда я прочитал рукопись книги, то понял, что Виталию Третьякову удалось нечто большее: перед вами, уважаемый читатель, не просто учебник, *перед вами, по сути, четыре книги «в одном флаконе»*.

Завершает этот внушительный том четвертая часть – сборник афоризмов (правил – максимум) о журналистике авторства самого Виталия Третьякова. Кстати, в будущих изданиях я рекомендовал бы ему добавить туда афоризмы и других мудрецов.

Интереснейший раздел – история Большой медийной войны в России, когда две ТВ-партии – ОРТ Березовского и НТВ Гусинского – боролись за высшую власть в России, за пост президента РФ для своего ставленника – Путина и Примакова соответственно. По сути это *case-study* о новейших формах политики в России – политики в современном информационном обществе – то, что Виталий Третьяков называет борьбой квазипартий, которые я в свою очередь окрестил новейшими информационно-политическими партиями. Но об этом ниже. Сюда я бы добавил историю других медийных войн – по поводу «Связь-инвеста» – между блоком Гусинский – НТВ и Березовский – ОРТ, с одной стороны, и правительством с

РТР – с другой; а также медийную войну на уничтожение против Геннадия Зюганова в 1996 году. Думаю, что в изложении Виталия Третьякова не менее интересно прозвучали бы еще две истории: создания и развития «НГ» как уникального медийного проекта и история его отношений с Борисом Березовским как отношений выдающегося интеллектуала, нуждавшегося в деньгах для уникального проекта, и умного супервлиятельного финансово-политического магната. Хотя, кажется, мой совет потянет еще на одну огромную книгу.

Вторая часть данной книги – собственно тот самый учебник, по поводу которого я уже говорил выше.

А вот зачин, первая часть, – лично для меня самое интересное. О ней и поговорим.

О медиакратии

Первая часть, чрезвычайно порадовавшая меня, – это то, что Виталий Третьяков называет теорией журналистики, но фактически он анализирует взаимодействие СМИ и политики в современном обществе, так что получается попытка анализа медиакратии. *Медиакратия – это власть СМИ и через СМИ, слияние власти медийной, политической и экономической, это власть в современном постиндустриальном информационном обществе.* Влияние медиакратии становится все более очевидным во многих странах. В Италии, вроде бы вполне демократической стране, премьер-министром утвердился и провел политическую реформу бизнесмен, который контролирует основные телеканалы. А вместе с государственными телеканалами Сильвио Берлускони сейчас властвует над 95 % итальянского телевидения!

Раньше, 100 лет назад, «денежные мешки» не славились изобретательностью и предпочитали просто покупать высшие государственные посты. Это встречало отпор со стороны большинства избирателей, которые благодаря всеобщему избирательному праву как могли блокировали власть денег – волю этой части общества проводили в жизнь депутаты от социал-демократических партий. Теперь магнаты сначала покупают СМИ, затем с их помощью навязывают те или иные взгляды большинству населения, а потом, формально путем свободного выбора миллионов, получают власть. Традиционные левые партии не способны этому противостоять. Так и формируется медиакратия – власть нового типа, власть информационного постиндустриального общества. Об этом, самом важном, я и хотел бы поговорить. И еще раз выразить удовлетворение: наконец-то! Наконец российские интеллектуалы – в данном случае в лице Виталия Третьякова – подключаются к той дискуссии, которую наши европейские и американские коллеги ведут уже много лет – дискуссию о власти, правах человека, справедливости и развитии в современном информационном обществе.

Информационное общество

Информационное общество – это новый этап развития человеческой цивилизации, когда доминирующими становятся информационные процессы. Другие его синонимы, раскрывающие

смысл термина: постиндустриальное, общество знаний, посткапиталистическое, постматериальное, общество риска. Считается, что это третья стадия развития человечества. Мы (не все) живем в ней сейчас. Предыдущие две – аграрная, которой в марксистском дискурсе, более привычном нашему читателю, соответствует традиционная восточная, рабовладельческая и феодальная общественно-экономические формации; и индустриальная стадия, которую марксисты описывают как капитализм. Основой власти на аграрной стадии можно считать землю и военную силу; соответствующая основа на индустриальной стадии – собственность; основа власти на постиндустриальной, информационной, стадии – доминирование в сфере информации. С теми или иными вариациями эти стадии довольно полно описали в своих работах Дениэл Белл, Уолт Ростоу, Уильям Тофлер. Джон Гелбрейт, например, считает, что указанным нами трем стадиям отвечают соответственно три разных источника власти: личность (ее сила) – собственность – организация, и три разных способа подчинения человека этой власти: наказание – вознаграждение – УБЕЖДЕНИЕ.

Один из первых теоретиков медиакратии, канадский культуролог *Герберт Маклюэн*, заявил, что электронные СМИ устанавливают новый мир, возвращая его в чем-то к эпохе древности. Книжки и газеты разделяют и порождают индивидуализм, а мифы, как времен Гомера, так и времен телевидения, объединяют людей и порождают коллективизм. *СМИ, таким образом, это новый фольклор*. Телевидение и радио играют роль современного Гомера. Виталий Третьяков тоже рассматривает СМИ как фольклор, но источник фольклора они, Третьяков и Маклюэн, видят по-разному. Для Виталия Третьякова это журналисты, а для Маклюэна – миллионы телезрителей, которые творят фольклор в виде набора желаний и образов, а СМИ лишь угадывают и визуализуют его. Кто лучше отзеркалил, отрефлексирует мифологию массового сознания данного социума, тот и выдающийся журналист.

Маклюэн выделяет «холодные» и «горячие» средства коммуникации. «Холодные» – это те, что оставляют участвующему в коммуникации возможность самостоятельно оценивать ситуацию, оперировать своими знаниями, опытом, идеалами, ценностями. Это средства коммуникации, оставляющие человеку пространство свободы. В качестве примера он приводит телефон. А «горячие» – это те, что захватывают человека целиком, растворяют его как бы в себе. Примером тому – кино. И правда: хорошее кино вовлекает в свой мир; выйдя из зала, несколько минут с трудом возвращаешься в обыденную реальность. Причина, по которой в наше время блокбастеры так дорого стоят и приносят сверхприбыли, – та, что они готовятся как очень «заряженные», «горячие», творящие как бы новую мифологическую реальность. Своими фильмами о динозаврах Спилберг сотворил целый мир динозавров – конечно, не в полях и лесах, а в современной массовой культуре. Но люди живут здесь и сейчас, не столько в физической реальности, сколько в культурной. К примеру, большинству детей животные известны не столько как реальные звери, сколько как их образы массовой культуры.

Очевидно, что СМИ сами по себе стремятся быть как можно «горячее», захватывать человека и использовать его в своих целях, направлять его по тому пути, который выгоден тем, кто управляет СМИ. Человек, ищущий развлечений, будет стремиться к «горячим» СМИ, точнее – «горячим» средствам массовой коммуникации (СМК). Тот, кто ценит «игры разума», кому свобода духа важнее всякого развлечения, заинтересован в «холодных» СМК. Думаю, что человечество будет использовать и «горячие» и «холодные» СМК, а между ними,

точнее их приверженцами, будет вестись борьба. Эта борьба, уже начавшись, ведется, таким образом, между двумя человеческими ориентациями: на развлечение и на свободу.

Вы скажете: а где же ориентация на потребление, на еду, одежду и так далее? Мой ответ: современный человек полностью удовлетворяет свои биологические потребности; еда, одежда, кров как таковые его уже больше не заботят. Конечно, где-нибудь в Африке, Азии наличествует чудовищная потребность в удовлетворении физических потребностей. Но эти люди не живут в современности, в информационном обществе, о котором мы говорим, а остаются на индустриальной или даже доиндустриальной стадии развития. В современном информационном обществе потребление – это удовлетворение не столько собственно физических потребностей, сколько социальных. Если нужна одежда – можно сходить в second hand и затовариться там всем необходимым почти бесплатно. Но, приобретая одежду, бренды, стиль, люди покупают сегодня атрибуты статуса. В цене потребительских товаров бренд, стиль, статус занимают значительную долю. Таким образом, даже покупка товаров повседневного спроса – это наполнение своего бытия символическими знаками, своеобразное позиционирование человека в культурном, символическом пространстве. Следует помнить, что главные события в современном мире рождаются в информационно-культурной, а не в физической сфере. Именно поэтому социологи называют современное общество еще и постматериальным, а некоторые даже – постэкономическим.

Кстати, «холодным» или «горячим» следует считать Интернет? С одной стороны, «всемирная паутина» властно опутывает человека, обрывая все иные его связи. Широко распространенной стала интернет-зависимость как форма психического недуга. Но, с другой стороны, Интернет дал человеку возможность выбора – в соответствии с предпочтениями, основанными на индивидуальных склонностях. В океане Интернета каждый волен выбирать себе партнеров по общению – и таким образом строить свою жизнь. Я склоняюсь к тому, что Интернет нужно считать «холодным» СМК, создающим пространство свободы, а максимально «горячим» СМИ сегодня является ТВ. Кстати, сам Маклюэн считал ТВ «холодным», но в его время ТВ еще не было так развито, поэтому Маклюэн называл его «застенчивым гигантом». Сейчас же вряд ли у кого-то повернется язык назвать ТВ застенчивым.

По отношению к информационному обществу эксперты делятся на оптимистов и пессимистов. Оптимисты отмечают огромные новые возможности, которые предоставляет информационное общество и его технологии. Пессимисты акцентируют внимание на том, что новое информационное общество подрывает основы сложившегося в мире порядка и не только не способствует равенству, защите прав человека и демократии, но и прямо подрывает их. Они говорят о чудовищной концентрации информационных ресурсов в руках горстки корпораций и наций – родины этих самых корпораций. Появился даже термин «*цифровое неравенство*» – то есть различие в возможностях доступа разных людей, народов и классов к информационным ресурсам. Хороший показатель такого цифрового неравенства – уровень оснащения компьютерами и подключения к Интернету. Для разных стран и социальных групп он различается в тысячи раз – и это мерило их участия в современной жизни. В этой связи выдвигается *требование нового информационного порядка*. Эти проблемы активно обсуждаются и в университетах, и в СМИ, и в парламентах, и в ООН.

Один из самых интересных исследователей медиакратии – французский социолог *Пьер Бурдьё*. Он утверждает, что СМИ и люди, использующие СМИ как инструментарий в работе, обладают специфической – *символической властью*, то есть возможностью создавать и навязывать другим свои:

- представления (что якобы существует в этом мире на самом деле);
- идеалы (что считать хорошим, что – приемлемым, а что – недопустимым);
- оценки-отношения и оценочные наименования (как и в древнем обществе, сегодня оценка и соответственно судьба многих явлений во многом зависит от того, как их именуют,

а этим-то и занимается медиакратия; от того, с кем воюют российские войска в Чечне: с боевиками, террористами, повстанцами, партизанами, – во многом зависит политическая позиция влиятельных сил в мире, а значит, и исход этой войны);

- классификации (кто сторонник прогресса, кто – консерватор, кто – центрист).

Капитал в СМИ складывается не только из известных ресурсов: политического, экономического, культурного, но и включает В Себя ИЗВЕСТНОСТЬ И ПРИЗНАНИЕ МЕДИА-АВТОРА КАК АВТОРА ЧЕСТНОГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО.

Столкновения зрения Бурдье, сегодня главные противоречия СМИ в том, что, с одной стороны, они становятся все более влиятельными, а с другой – сами все больше подпадают под контроль. Каждой сфере деятельности присуща своя собственная логика существования. Бурдье называет это законами поля: поля СМИ, поля политики, поля культуры, поля гуманитарных наук, поля бизнеса. Так вот, по мнению Бурдье, сегодня СМИ вторгаются в поля культуры и гуманитарных наук, разрушая их, а сами все больше подчиняются логике поля бизнеса.

Здесь надо отметить, что сам Бурдье не нейтрален, а занимает определенную *идеологическую позицию по отношению к СМИ. Таких позиций, по существу, две: либеральная и социальная.*

Либеральная позиция рассматривает СМИ как рынок, а их продукт – как товар, который подчинен законам купли-продажи. Поэтому главное – обеспечить свободу СМИ. И пусть победит сильнейший, которого выберет рынок.

Для приверженцев социальной позиции СМИ – это общественный институт, прежде всего – инструмент власти, а их продукт – общественное благо, доступ к которому должен регулироваться в интересах всего общества. А потому должна быть исключена ситуация, когда некто сильнейший, захвативший СМИ, оказавшись на поверку плохим человеком, может нанести обществу в целом серьезный ущерб.

То есть если СМИ – рынок, то его должны регулировать рыночные законы, а если СМИ – власть, то власть нельзя доверять сильным, она должна быть подконтрольной обществу, а на деле – государству. Отсюда, кстати, *две основные системы работы СМИ – в США и Европе.* В США налицо свободная конкуренция основных телеканалов и газет. В Европе же ведущие телеканалы находятся, по сути, под государственным контролем, но не напрямую правительственным, а опосредованно – под контролем общественных советов, где государство обеспечивает плюрализм мнений и отсутствие монополизма. Классической считается модель британской корпорации «Би-би-си» (ВВС): каждый гражданин платит небольшой налог, государство финансирует на эти деньги ВВС, и оно же назначает общественный совет из влиятельных общественных фигур, которые определяют политику этой корпорации.

С точки зрения Бурдье, ввиду экспансии либеральной идеологии логика рынка подчиняет себе СМИ. В результате побеждает не умный, а тот, кто вложил больше денег. *Главный инструмент рынка в СМИ – рейтинг. Ему молятся руководители СМИ, поскольку от этого показателя предпочтений медиааудитории зависят расценки рекламы, а реклама – основа финансового благополучия. От рейтинга зависит и политическое влияние. Столкновения зрения Бурдье, победа логики рынка создает ситуацию, когда СМИ все меньше становятся благом для общества и все больше – простым инструментом в войне групп влияния на власть.*

Но, подчиняясь логике рынка, СМИ, в свою очередь, навязывают свою логику другим: культуре и науке. Именно СМИ сегодня определяют, каковы главные проблемы и противоречия в науке и культуре, что обществу важно и что не важно. Кто правит СМИ, тот и оказывается главным народным/закулисным героем. В России, например, СМИ сделали героями разных проходимцев, проходимцев от науки в том числе. Бурдье указывает на появление так называемого *медийного интеллектуала*. Это тот, кто, может быть, и неглубок в науке и не написал никаких книг и, возможно, даже не уважается коллегами, но зато умеет ярко

высказаться с «голубого экрана» и всегда говорит на модные темы. Другие всю жизнь корпят в библиотеках, медийный же интеллектуал скачет с канала на канал, не зная удержу. Если же он подвигнется на писание чего бы то ни было, то только с одной целью – быть замеченным телевидением. Книга для него не самоцель исследователя, стремящегося запечатлеть на бумаге результаты своих изысканий, а вклад в самопиар с целью оправдать свое самоназвание эксперта. Поэтому сегодня так много **ПОЯВЛЯЕТСЯ КНИГ ДВУХ ТИПОВ: ПРОВОКАЦИЙ С ЦЕЛЮ ПОРАЗИТЬ ВООБРАЖЕНИЕ журналистов и абсолютно пустых, скучных и без мыслей, но призванных доказать, что автор – серьезный ученый.** И вполне объяснимо нежелание этих горе-авторов признаться, что книгу они выпустили за свой собственный счет, чтобы раздарить ее своим агентам PR-влияния.

При этом ответственность медийного интеллектуала минимальна: он всегда переспорит коллег – простых ученых, они ведь привыкли говорить в тиши кафедр, а он – с экрана ТВ; если его прогнозы не оправдываются, не страшно – СМИ не обладают **ПАМЯТЬЮ, ОНИ ВСЕ БЫСТРО ЗАБЫВАЮТ.**

Бурдье отмечает особенность мышления журналистов, обслуживающих СМИ и медийных интеллектуалов, – *Fast Thinking*. На ТВ некогда думать, надо успеть сказать хлесткую фразу. Раз некогда думать, то СМИ и медийные интеллектуалы начинают пользоваться *интеллектуальным Fast Food – аналогом «Макдональдса»*. Как правило, эти готовые идеи чужие (но большинство потребителей об этом не догадывается, поскольку в своей массе малообразованно) банальны и отличаются только хлесткой формой. Поэтому, с точки зрения Бурдье, ТВ-дискуссии даже по важнейшим темам не помогают осмыслить проблему, а, наоборот, мешают это сделать. Они не дают мыслить, а имитируют этот процесс, оболванивая аудиторию, сглатывающую украденные формулы.

Главное требование к интеллектуальному Макдональдсу – внешняя привлекательность и мгновенная усвояемость.

Таким образом, с точки зрения Бурдье, логика развития СМИ – монополизация: СМИ лишают автономности науку и культуру, а сами подчиняются логике рынка и способствуют монополизации власти.

Манипулятивная демократия и информационно-политические партии

Изложенные идеи – пока еще не развернутая теория медиакратии, но только различные подходы к ней. Но уже ясно: мы живем в мире, в котором СМИ играют как никогда выдающуюся роль. И поэтому на повестку дня выходят следующие вопросы. Что произошло с нашим миром? Почему и как оказалось, что СМИ стали играть такую роль? Как работает этот механизм? Как заставить его служить людям, чтобы со СМИ не вышло такой же истории, как с деньгами и оружием, атомной энергией в том числе: сначала люди их придумали, а потом оказались их рабами, те же постоянно требуют все новых и новых жертв от людей, в том числе – миллионов жизней. Какова должна быть позиция независимого интеллектуала в новом мире?

Еще недавно все было просто: СМИ были рупором общества, его защитником, они балансировали власть правительств; позиция интеллектуала всегда была в поддержку СМИ. Сейчас все изменилось: СМИ, контролируемые сильнейшими группами интересов, не столько защищают общество, сколько манипулируют им. Все больше и больше мыслителей придерживаются точки зрения, что СМИ превратились в недемократическую силу. В то же время борьба за свободу печати и свободу слова остается одним из важнейших демократических требований. Но сейчас *проблема свободы слова в корне изменилась: это не свобода сказать, это свобода быть услышанным*. А эта свобода прямо зависит от СМИ.

Современная политическая система со все большим правом может быть названа манипулятивной демократией (Виталий Третьяков больше любит употреблять выражение «управляемая демократия», которое с его легкой руки фактически вошло в наш лексикон). С одной стороны, демократии в мире становится все больше и больше – правительства многих стран формируются по итогам всеобщих выборов, на рынке тоже вроде бы свободная конкуренция – покупай все, что пожелаешь. Но, с другой стороны, этот выбор, который делают своими избирательными бюллетенями и своими деньгами миллиарды людей, все меньше становится свободным и все больше управляется с помощью СМИ.

В новом мире медийные холдинги все больше начинают играть роль политических партий. И я полностью согласен с Виталием Третьяковым, который называет такие холдинги *квазипартиями*. А может, *точнее их назвать партиями будущего, еще точнее – информационно-политическими партиями*. В этом отношении ввиду слабости обычных партий Россия заглянула в будущее, куда скоро устремятся и другие страны. Скоро нормальная информационно-политическая партия будет строиться на базе телеканала, включать в себя популярные спортивные клубы (один из них, видимо, футбольный, Сильвио Берлускони, например, и начал именно с футбольного клуба), несколько звезд популярной музыки и вообще массовой культуры. Нормальная общенациональная избирательная кампания, может быть, будет начинаться с выхода какого-нибудь блокбастера. В сущности, избирательная кампания Джорджа Буша 2004 года и началась с выхода многосерийного блокбастера: войны с Саддамом Хусейном, взятия Багдада, пленения самого Саддама. В центре такой партии будут сидеть не партийные бюрократы и не рядовые активисты, воодушевленные какой-нибудь идеей, а эксперты из «партийных» аналитических центров и политтехнологи из PR-компаний, обслуживающих интересы этой «партии».

И, судя по всему, в современном глобализирующемся мире *новейшие информационно-политические партии очень скоро уже не будут чисто национальными*, поскольку гражданство членов партии легко учесть, а как просчитать гражданство денег владельцев и спонсоров телеканалов, газет, футбольных клубов, экспертных центров и PR-компаний? Информация все больше не признает границ государств, да иностранцам и не запрещено

законом владеть футбольными клубами, а тем более – снимать фильмы и спонсировать поп-культуру.

Поэтому позволю себе нарисовать апокалиптический сценарий: если Россия не «удвоит ВВП», а реально – не учетверит его, то через 8 лет, не исключено, *в 2012 году сражаться за пост Президента РФ будут информационно-политические партии: американская, европейская, китайская и исламистская* – реальных субъектов современной мировой политики. Да еще к ним добавятся кандидаты от парочки транснациональных корпораций, гражданство которых становится все сложнее определить. Мы по привычке считаем большинство таких транснациональных корпораций американскими по месту пребывания их штаб-квартир, но спросите американцев – и они вам расскажут, что для них эти корпорации уже давно совсем не свои.

Хотя кандидатами, формально конечно, будут вполне россияне, но ни для кого не будет секретом, кто реально ведет борьбу за высшую власть в стране. А чисто российские партии будут участвовать на правах маргиналов, как сейчас в каком-нибудь небогатом российском регионе местные кандидаты участвуют на вторых ролях в губернаторских выборах, в которых реальную борьбу за контроль над ресурсами региона ведут кандидаты – ставленники мощных олигополии (о которых тоже пишет Виталий Третьяков), центры которых находятся далеко за пределами этого региона. Пока еще в пределах нашей страны – в Москве. Но это ненадолго – пока системы еще не отстроены. А они строятся, и стремительно.

Такие системы создаются не только в России. Мы уже говорили, что «Вперед, Италия!» во главе с Сильвио Берлускони – типичная информационно-политическая партия. Такие партии есть и на постсоветском пространстве. Например, на Украине одна из самых влиятельных партий, чей лидер Виктор Медведчук успешно работает главой Администрации Президента Украины, – Социал-демократическая партия Украины (о) – хороший пример такой партии нового типа, партии информационно-политической, построенной на базе ведущих телеканалов. В Казахстане партия АСАР во главе с Даригой Назарбаевой – яркий пример новейшей информационно-политической партии. Она строится на базе телеканалов и включает в себя в качестве важнейшего элемента экспертный центр – Международный институт современной политики. Кстати, СДПУ(о) также включает в себя аналитическое подразделение – Центр политических исследований и конфликтологии.

Пример другой особенности – перехода к глобальной политике, когда реальная власть в стране берется иностранной партией, показала и Грузия осенью 2003 года. Там, в отличие от Казахстана и Украины, партия была не национальной, а подконтрольной иностранным структурам. К власти в Тбилиси пришла новая партия, в центре которой – не партийные активисты, а неправительственные организации, завязавшие неформальные отношения с Фондом Сороса (Движение «Кмара»). Тот в свою очередь был связан даже не с правительством США (Джордж Сорос ненавидит Джорджа Буша, считает его своим политическим оппонентом), а с центрами силы в американском истеблишменте, которые, говорят, опираются на политических противников Буша в Конгрессе США. Естественно, эта партия не обошлась без телеканала («Рустави-2»).

То есть манипулятивная демократия становится частью глобальной политики, она интернациональна и не признает границ. Чем раньше политические лидеры поймут это и будут строить партии нового типа – информационно-политические, тем большего успеха в современной политике они добьются.

Спор с Третьяковым о PR

И здесь я хотел бы поспорить с одним важным тезисом Виталия Третьякова – о роли PR, пиара, если пользоваться сленгом нашей околополитической тусовки. Автор считает PR врагом СМИ и журналистики. Вот с этим я полностью не согласен. PR – это не враг СМИ, а их новый друг, можно даже сказать – супруг. Это как мальчики и девочки сначала, когда они маленькие и играют друг без друга, то строят друг другу козни во дворе детского сада, а потом они уже не враги – они любовники и жить могут только вместе. Когда-то PR был для СМИ только источником заказухи и коррупции (а во многом пока так и осталось), но в будущем СМИ не смогут существовать без PR, они будут развиваться как часть больших PR-проектов.

Прямая реклама становится все менее выгодной. В постиндустриальном обществе с его господствующими постматериальными ценностями продается не товар как таковой, удовлетворяющий те или иные биологические потребности, продается бренд и связанный с ним социально-культурный контекст. Продается образ жизни. Характерен в этом отношении «Макдональдс» в России. Там продаются не котлеты в булочке, а американский образ жизни: возможность 20 минут побывать в Америке. Согласно современным экономическим теориям, в цене товара затраты на производство составляют уже чаще всего меньшую часть по сравнению с затратами на взаимодействие. И затраты на маркетинг, брендинг, PR – большая часть этих затрат на взаимодействие. Простая лобовая реклама такого сложного продукта (товар плюс бренд плюс образ жизни плюс характеристики субкультуры) становится уже просто невозможной. Простое предложение товара настолько малоэффективно, что отдает бессмыслицей.

Поэтому вместо рекламы современная экономика требует комплексной поддержки косвенными способами. *Совокупность этих косвенных способов, направленных на поощрение человека сделать тот или иной выбор: поступка, вывода, мнения, товара, – мы и называем по привычке пиаром.*

Поэтому Виталий Третьяков правильно расшифровывает PR как пропаганду плюс рекламу. Действительно, PR начал как просто систематическая работа по поддержанию репутации фирмы в социуме, но сейчас PR во всем мире, а не только в России,

стремительно превращается во что-то совершенно новое. *То, что мы по привычке называем PR, – это технологии косвенного управления человеческим выбором.* Выбором политическим – на выборах; выбором потребительским – на рынках; выбором идейным и культурным – в сфере массовой культуры и развлечений. Независимые не так давно дисциплины стремительно сближаются, образуя единое целое.

Это прежде всего такие дисциплины, как:

- собственно PR;
- рекламные технологии;
- избирательные технологии;
- маркетинговые технологии;
- психотехники (среди них наибольшей известностью пользуется комплекс НЛП – нейролингвистическое программирование, но все это значительно сложнее);
- новые образовательные технологии.

И PR не уничтожает СМИ, а просто включает их в этот новый комплекс, новую отрасль экономики и область человеческой деятельности: гуманитарные технологии, технологии управления человеческим выбором. Но в технологии управления выбором PR включает и спорт: сегодня футбол без ТВ – игра подростков во дворе или тренировка; а вместе с ТВ – и миллиардный бизнес, и реальная политика! В технологии управления выбором PR включает

и музыкальную массовую культуру. Без ТВ мы все поем под гитару. А благодаря ТВ музыка делает миллионы: миллионы долларов прибыли и миллионы избирателей на выборах.

СМИ без PR были в прошлом. СМИ неизбежно все меньше становятся полем для информирования и все больше – полем для управления. При этом самоуправление осуществляется не одним субъектом, не правительством, а многими субъектами. Это многосубъектное и многопараметрическое управление. В каждом отдельном медиахолдинге, а точнее – новейшей информационной партии, – тотальная дисциплина, диктатура. Но в информационно-политическом пространстве в целом – плюрализм и описанная нами своеобразная демократия. А вот пользуются этой демократией, то есть способны сделать свой выбор сами, только те, кто обладает:

- либо властью-деньгами, чтобы самому участвовать в борьбе (олигархи);
- либо те, кто оперирует обширными знаниями, позволяющими избежать участи оказаться объектом для все более изощренных манипуляций (таким иммунитетом обладают обычно интеллектуалы, читающие толстые книги без картинок и диалогов).

Большинство населения, естественно, ничем таким не защищено, не может активно пользоваться демократическими институтами и вполне закономерно становится объектом и жертвой манипуляций. Все это мы наблюдали во время наших недавних информационных войн. Это то, что Роберт Даль, анализируя новый политический режим в США и других странах развитых демократий, называет полиархией.

Таким образом, в информационном обществе PR становится синонимом и точкой роста важнейших форм общественно-политической активности. Пиарщики не только просочились в редакции и штабы политических партий, они влезли и в военные штабы – встали в один ряд с генералами во время любой современной войны. А точнее, сначала в бой идут пиарщики, создавая правильный образ: кто прав, а кто – враг человечества; потом на их плечах политики вырываются вперед, отдавая приказы генералам; а те в свою очередь решают военные задачи в соответствии с теми целями, гуманность которых пиарщики уже доказали общественному мнению. PR и СМИ играют решающую роль в победе, поскольку победа – это достижение политической задачи, а военная сила – только одно из средств. Все войны последнего времени с участием ведущих стран подтвердили это: война в Заливе против Ирака в 1991 году, война НАТО в Косово против Сербии, войны США в Афганистане против талибов и в Ираке против Саддама. Это же продемонстрировали две наши войны в Чечне. Первую войну Россия проиграла прежде всего на российском ТВ, вторую выиграла сначала в российском общественном мнении с использованием российского ТВ, а потом уже в горах. Окончательно мы победим войну в Чечне тогда, когда одержим верх в PR-войне за мировое общественное мнение в мировых СМИ.

Война будущего – не напряжение всех сил населения и армии, не тотальное уничтожение живой силы, а война интеллектуалов в информационном пространстве методами PR, с редким использованием точечных ударов авиации по инфраструктурным объектам и массовой помощью товарами первой необходимости гражданам противника (вроде разброса пакетов с продуктами американскими самолетами в Афганистане). Это щадящая война. Война не за право прямого насилия, а за право косвенного управления.

Мир становится все более управляемым

И это правильно и неизбежно. Прогресс состоит в том, что

Человечество все больше контролирует условия своего существования – не только природную среду обитания, но и социальную среду развития. миссия информационного общества и его политического режима, манипулятивной демократии, – контролировать развитие человечества, управлять законами общественного развития. вы хотите, чтобы преступность пошла на спад? Она и идет на спад: сравните криминальную безопасность окраин Москвы, Лондона и Нью-Йорка в 2004-м и 1904 годах – почитайте Гиляровского. Но для этого понадобилось в огромной степени усилить полицию и контроль властей над обществом. Вы хотите, чтобы мировую экономику потрясли кризисы типа того, что начался в 1929 году, поколебал правящие режимы десятков стран, а в Германии привел к власти Гитлера? Не хотите? Вот они – спасители: Международный валютный фонд, Всемирный банк и Большая восьмерка; вместе со своими правительствами и новейшими экономическими теориями, рождающимися в университетах (Кейнс, Фридман), они все больше контролируют мировую экономику. Не идеально, но и без Гитлеров в ведущих странах. Вы хотите, чтобы террористы не взорвали по грязной атомной бомбе в ведущих мировых столицах? Тогда придется смириться с выходом на новый, качественно более высокий уровень полицейской силы, контроля правительств над гражданами и манипулятивных способов контроля над общественным сознанием.

Формирующийся единый экономический мир, мир безопасности, мир массовой культуры в условиях все большей сложности и уязвимости технологических и общественных структур требует устami миллиардов избирателей-потребителей-зрителей и единого, все более тщательного управления. По сути дела, мы с вами – свидетели того, как формируется *новое мировое правительство*. Но формируется оно не как единый офис-кабинет министров, правящий с опорой на методы полицейского принуждения, а *как сетевая матричная структура управления, реализующая свои цели путем косвенного манипулирования поведением человеческих масс*.

На смену бюрократии, с точки зрения некоторых аналитиков, приходит адхоккратия (от лат. термина «ad hoc», букв.: применительно к этому, для определенного случая). То есть для управления используются не стабильные громоздкие структуры, которым не угнаться за растущей сложностью жизни. Вместо этого создаются временные ситуативные организации, призванные решать конкретные задачи. Это – реализация знаменитого *проектного подхода*, когда финансируется не инфраструктура, а проект. Совокупность таких структур и есть адхоккратия – сеть ситуативных, временных организаций, которые полностью концентрируются на решении ограниченных во времени задач. В информационном обществе *проект* становится *главной единицей политического действия*. В косвенном управлении массовым человеческим поведением главное – формирование когнитивной картины – картины мира, которая и должна породить систему мотиваций для того или иного типа поведения. Существует несколько направлений, несколько уровней формирования когнитивной картины, другими словами – уровней управляемой социализации:

- Образование формирует общую *цивилизационно-культурную матрицу, основные идеологемы и главные мифы*. Человек – добр или зол; мир – все идет к лучшему или катится в тартарары; «мы» и «они» – это кто? Каковы этапы жизненного пути – карьеры? Что считать жизненным успехом? В развитии собственных систем гуманитарного образования заинтересованы все ведущие мировые центры силы, а потому платить за него будут все больше не студенты, а его организаторы – они еще и приплачивать будут студентам, лишь бы те выбрали образование в рамках конкретной цивилизационной матрицы, приняли предложенные им мифологию и идеологию.

- Шоу-бизнес и прежде всего – кинематограф, в том числе при участии ТВ, естественно, формирует *основные стереотипы и матрицы социального поведения*. Ну, например, если вы поругались с друзьями, как вам следует поступить? Если потеряли работу – каковы модели дальнейшего поведения; идти либо в революционную партию, либо в запой, либо на биржу труда? Ответ находится в кино и других формах шоу-бизнеса.

- Книги, журналы формируют идеологические позиции, то есть более *развернутую общественно-политическую карту мира*.

- Медиа (СМИ) *манипулируют непосредственно поступками и реакциями человека на актуальные события*. Поэтому, кстати, можно согласиться с Виталием Третьяковым, который называет СМИ актуальной практической политологией, в свою очередь я бы добавил: СМИ – это и в самом деле политология, но не как отрасль науки, а как учебная дисциплина. То есть это знания, но с добавлением санкций (кнута и пряника). То есть *СМИ – не просто обучение, а обучение с экзаменом и санкцией*. Если не ответил как надо, как тебя учили – получи негативную санкцию. Ответил правильно – получи позитивную. Это управление эффективно только в том случае, если оно осуществляется с учетом предыдущих базовых уровней социализации.

В плюралистическом мире пока нигде, ни на каких уровнях социализации нет полной монополии, друг с другом конкурируют разные системы. Но в рамках каждой из систем царит тотальность. Эта тотальность – тотальность мифа. И здесь я хотел бы опять поспорить с автором. У меня сложилось впечатление, что под терминами «миф» и «мифотворчество» он понимает деятельность в негативном смысле. Возможно, эта позиция – продолжение общей просветительской, в чем-то романтической, позиции автора, трудящегося на благо знания.

Однако должен заметить, что знание может быть позитивно только в сфере естественных наук. В сфере гуманитарных наук нет единомыслия, а уж тем более – единой истины. Там каждая точка зрения имеет свою правду. Каждая позиция, по сути, является отдельным целостным мифом, поэтому внутри себя она, естественно, непротиворечива и всегда права. *Миф – это не ложь и не ошибка, это целостная картина мира*. Поэтому задача – не разрушать мифы, а созидать их.

Крепнущая *манипулятивная демократия* решает и проблему масс, так поразившую в свое время *Ортегу-и-Гассета*, которого неоднократно цитирует Виталий Третьяков. Массы, ворвавшиеся в большую политику в XX веке, создали возможность массового общества всеобщего потребления и всеобщей демократии, но они же породили и множество проблем: угрозу сползания к тоталитаризму коммунистического или фашистского, или исламистского толка; массовые репрессии, большие революции и гражданские войны; массовую культуру. Манипулятивная демократия оставляет массы в политике, но делает их управляемыми. *Манипулятивная демократия – это сочетание массовой демократии и меритократии* – правления талантливых. Хотя, без сомнения, существует реальная угроза сползания к олигархии – об этом говорит и упоминавшийся Бурдые. Все это наглядно продемонстрировала российская политика, когда олигархия захватила власть в стране во многом с помощью СМИ.

Манипулятивная демократия создает возможность меритократии – власти достойных, поскольку возникает в рамках информационного общества, где экономика все больше превращается в экономику знаний и информации. *Общество все больше и больше делится на две части: 90 % большинства и 10 % меньшинства, если точнее: большинство телевидения и меньшинство книги*. Телевидение несет рабство, книга – свободу. Жизнь большинства все больше будет походить на коммунизм: все короче рабочий день, все больше отпусков, гарантированная работа, не очень высокая, но гарантированная зарплата, все больше социальных гарантий: «вот вам все, только не бунтуйте, смотрите ТВ, где вам все растолкуют: за кого голосовать, что покупать, как отдыхать, что думать, как жить». Это – люди, живущие иллю-

зорным (фантомным, зомбирующим) миром ТВ, не мыслящие жизни без него и пребывающие в убеждении, что вот этот свой выбор они делают сами.

Но на самом деле этот выбор делают за них другие – меньшинство. Правда, чаще всего это меньшинство не консолидировано в единую группу, а раздроблено на команды, которые ведут друг с другом яростную борьбу за право управлять выбором большинства. Это меньшинство – те, кто читает книги, толстые негламурные журналы и газеты – не таблоиды. Меньшинство окончило университеты, работает по 10–12 часов в сутки, само собой, немало получает, но ему почти некогда тратить заработанное. И их рабочие места вовсе не гарантированы: за эти места идет жесточайшая конкуренция – конкуренция за право управления обществом, за власть. Это меньшинство пополнится когда-то и вами, дорогие читатели. То, что вы взяли в руки эту книгу Виталия Третьякова, – свидетельство того, что вы уже на этом пути. Конечно, еще никому из вас ничего не гарантировано. Еще предстоит познать очень много, совершить Поступки с большой буквы, *доказать* свое право действовать и участвовать в управлении миром. Но первый шаг вы уже сделали. С Богом! Успехов!

На дорожку снарядим вас определением:

МАНИПУЛЯТИВНАЯ ДЕМОКРАТИЯ – ЭТО ПОЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА, КОГДА ВЛАСТЬ ВЫБИРАЕТСЯ БОЛЬШИНСТВОМ, КОНСТРУИРУЕМЫМ ПОСРЕДСТВОМ СМИ, А ТЕ, В СВОЮ ОЧЕРЕДЬ, КОНТРОЛИРУЮТСЯ КОРПОРАЦИЯМИ. ПРИ МАНИПУЛЯТИВНОЙ ДЕМОКРАТИИ:

- **ОСНОВНАЯ ФОРМА ПОЛИТИКИ – ЭТО БОРЬБА КОРПОРАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ПЛЮРАЛИЗМА СМИ, ПОЛИТИКИ И БИЗНЕСА;**

- **ОСНОВНЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ СУБЪЕКТЫ – ЭТО ИНФОРМАЦИОННО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПАРТИИ, А ПОЛИТИЧЕСКОЕ ДЕЙСТВИЕ – ЭТО ОГРАНИЧЕННЫЙ ВО ВРЕМЕНИ ПРОЕКТ.**

А теперь перейдем к неприятным вопросам – вопросам, ставящим нас перед гражданским выбором, всегда нелегким.

Вопросы гражданину Третьякову

Как я уже сказал, старые СМИ, доселе занимавшиеся информированием граждан, уходят в прошлое, как уходят в прошлое марафонцы, бегущие за здоровьем, и футбольные звезды, играющие себе в удовольствие. Какое уж тут здоровье, если ставки на бегах – миллионные гонорары, да и бежать приходится, напирываясь допингом. Но ведь спорт во имя здоровья никуда не исчезает, просто он мигрирует в другие ниши, правда маргинальные.

Так и ведущие СМИ неизбежно становятся частью больших информационно-политических проектов, которые связываются в один узел тем, что мы все еще по привычке называем пиаром. *Идти против будущего бессмысленно, но имеет смысл задуматься над его вариантами. И поэтому уместно поставить ряд не технологических, а гражданских вопросов о медиакратии, манипулятивной демократии и господстве технологий управления человеческим выбором, имеющих прямое отношение к СМИ.*

Пусть ведущие СМИ неизбежно оказываются частью PR-проектов, но ведь какое-то пространство для традиционных качественных СМИ сохраняется, как с победой коммерческого спорта не исчезает досуговое, в удовольствие плавание в море и дружеский теннис нормальных людей, которые в качестве допинга пробавляются бутылкой пива. Как расширить это пространство? Ответ прост: *только книги, Интернет и кабельные телеканалы создают возможности свободы.* Политически для России это означает, что нам необходимо срочно разрабатывать государственную программу интенсивного развития Интернета и ускорения развертывания кабельного ТВ. Слава Богу, книга у нас пока в почете.

Как увеличить число людей, способных на самостоятельное мышление? Я думаю, что это невозможно без кардинальных изменений в образовании. В обществе должен быть культ серьезной книги (без картинок и диалогов). Создание и поддержание такого культа должно стать одной из целей правящей элиты и правительства страны.

Для увеличения слоя людей, способных на более или менее самостоятельные решения, необходима и *осознанная политика в области субкультур.* Дело в том, что человек, выходящий из-под влияния массовой ТВ-культуры, неизбежно будет затянут в этот омут вновь, если он не найдет опору в группе единомышленников, противостоящих массовой культуре и возводящих для этого свои крепости – те или иные субкультуры. Индивид, если только он не гений и не сумасшедший, не может противостоять **ТОТАЛЬНОМУ ДАВЛЕНИЮ ОБЩЕСТВА. ТАКОМУ ДАВЛЕНИЮ МОЖЕТ ПРОТИВОСТОЯТЬ** только субкультура. Сообщества интеллектуалов – это как раз такие субкультуры, которые позволяют нам сохранять какую-то часть интеллектуальной свободы. Но проблема в том, что большинство субкультур, выполняющих функцию заслона перед мутным потоком господствующей массовой культуры, не более свободны, а даже более тоталитарны. Существующие ультралевые, фашистские и исламистские террористические субкультуры – самые яркие образчики, но другие субкультуры тоже имеют очень высокий уровень тоталитарного давления на личность. Среди них многочисленные новые религиозные секты, фанатские клубы, криминальные структуры. Если не заниматься целенаправленной работой **ПО ПОДАВЛЕНИЮ ТАКИХ ТОТАЛИТАРНЫХ СУБКУЛЬТУР,**

то человек, временно выпадающий из массовой культуры, придет не к книге, а окажется добычей и жертвой тоталитарных субкультур. Со временем многие из них будут эволюционировать в сторону терроризма, поскольку в силу уязвимости современных коммуникаций проведение террористических акций будет становиться все более легким делом и в силу тотальной публичности – быстро приносящим известность.

Еще один вопрос, и он один из основных, убежать от которого бессмысленно: *а какова должна быть позиция интеллектуала в этом мире манипулятивной демократии?* При этом типичный интеллектуал рассуждает примерно следующим образом:

- Я хорошо понимаю несправедливость этого мира скрытого управления сознанием и отдаю себе отчет, что уговорами его не исправишь: он тотален. Но я не хочу воевать против него, мне не нравится позиция «красных бригад», теоретически обоснованная Гербертом Маркузе и Теодором Адорно: бунт против этого мира, террор против его организаторов. Сейчас по этому пути пошел Бен Ладен. Посмотрим, что у него получится, но я уверен, если он выиграет эту войну с Бушем – Путиным – Блеером, то мы окажемся не в мире свободы, а в мире еще большего ужаса, как это уже было в России, где супернесправедливый режим императорской России в результате бунта обернулся ужасным большевистским подавлением свободы.

- Мне не нравится и просто ругать этот приходящий новый мир, как это делают многие левые интеллектуалы в Европе: брюзжание – это хороший психологический выход, но негодная жизненная стратегия.

- Мне не по душе выход аутизма – забыться в мире крестьянской или мещанской жизни, довольствуясь тем минимумом, который современный мир дает любому человеку. Даже если тунеядцу будут платить в России столько же, сколько платят ему сейчас в США, мне это все равно не понравится, – быть может, виной тому мои неудовлетворенные амбиции. Просто читать книги, смотреть на закат, пить пиво и размышлять, как советовал Василий Розанов, – не прельщает.

- Не согласен я и стать яппи – упиваться возможностью делать карьеру и деньги, не обращая внимания ни на что. Не по душе мне быть даже очень высокооплачиваемым винтиком в этой машине, если я остаюсь просто винтиком. Не то гордость не позволяет, не то совесть, не то еще что.

Так что же делать, если все мы *вынуждены* зарабатывать деньги, участвуя в этих, столь двусмысленных подчас с точки зрения общественного блага, больших манипулятивных проектах, далеко не все из которых имеют только позитивные цели? Возможен и такой выбор – жить двумя или даже тремя жизнями. В одной – делать карьеру в этом мире больших PR-проектов, наращивать объем ресурсов самого разного толка, в другой – трудиться на благо гражданского общества, придумывая красивые проекты, содействуя возникновению эстетически привлекательных субкультур, а в третьей – вести мещанский образ жизни, раз от раза оппонировав самому себе в тщетных попытках обрести душевную гармонию.

Но эти вопросы остаются пока для меня без удовлетворительного ответа.

Для не журналистов: как пользоваться СМИ, или основы публичного выступления

Виталий Третьяков прекрасно все написал *для журналистов*, но хотелось бы добавить *несколько мыслей для не журналистов*. То есть как раз – для большинства читателей, которые не посвящают себя работе в СМИ, но, как мы им пророчим, не смогут в своей профессиональной деятельности избежать работы со СМИ. Поэтому им будет весьма полезно проштудировать эту книгу Виталия Третьякова, а к каким-то ее пассажирам придется не раз вернуться.

Я же дам несколько дополнительных советов. Они, кстати, могут быть использованы и на ТВ, и в печатных СМИ, и во время устного выступления в различных аудиториях. Их можно назвать основами публичного выступления, принципами работы с массовой аудиторией.

Итак, если вы хотите добиться успеха через СМИ, вам необходимо решить несколько задач, которые можно объединить в две группы:

- медийное позиционирование;
- формирование самого выступления.

Медийное позиционирование

Самая общая задача медийного позиционирования, как и любого другого позиционирования, – *введение своего действия в общий контекст*. Ничто не имеет ценность само по себе, она может быть приобретена лишь на фоне отношений с внешним окружением. Так, деньги имеют смысл только тогда, когда они обладают покупательной способностью, а в отсутствие оной превращаются в простые бумажки. Анализ внешнего окружения, отношений с ним, осознанный выбор различных моделей формирования отношений с окружением – вот задача позиционирования.

1. Первым делом ответьте на вопрос: *чем вы интересны данному СМИ?* Если они обратились к вам сами, подумайте, чем вы привлекли их внимание? Кто вы вообще для них – как социальный тип? СМИ выражают, пусть иногда и почти неосознанно, интерес аудитории, они как бы транслируют к вам этот интерес – о нем они, как правило, знают или, точнее выражаясь, – ощущают лучше вас. Если вы хотите, чтобы аудитория вас поняла, восприняла, сделайте все, чтобы удовлетворить этот интерес.

Если эта задача не решена, вы зря потратили время. Но всякая аудитория является своеобразной «вещью в себе» – ведь вы не можете с каждым из будущих слушателей загодя обсудить характер своего выступления, такие переговоры вы ведете с их полномочным представителем – журналистом (редактором). Кстати, если он просит вас как-то скорректировать свое выступление – не упрямитесь, если у вас нет абсолютно твердой уверенности, что эти рекомендации пойдут вам во вред. Как правило, журналисты чувствуют аудиторию, и их вмешательство чаще всего улучшает ваше выступление. Итак, от ответа на вопрос: кто вы для данного СМИ, зависит роль, которую ждут, что вы исполните. Для них вы всегда – представитель какой-то социальной группы. Например, если вы олицетворяете молодежь, то можно говорить что-то уж совершенно новое, непривычное, в том числе жонглировать сленговой терминологией – все это будет правильно понято, воспринято как естественная для представителей нового поколения манера общения, кто-то может даже черкнет себе ваше высказывание «на манжете» – дескать, вверну при случае новое молодежное слово, покажу, что и я не лыком шит и иду в ногу со временем. Но если вы для них эксперт, то сленг в вашей речи неуместен, он вас дискредитирует. Если вы выступаете от имени иностранной организации, то уместен отстраненный подход, а призывы повлиять на российскую политику неуместны. Но для представителя российской организации странным выглядел бы отстраненный подход – самое время заявить о своей гражданской позиции. Если вы экс-

перт или сторонний человек, от вас ждут взвешенности и стремления понять правду каждой из спорящих сторон. Но, может быть, к вам обратились просто как «человеку из народа» – тогда лепите правду-матку: народу позволено все. Щегольство же знанием нюансов проблемы лишь дискредитирует вашу «народную» позицию, и в глазах аудитории вы окажетесь «засланным казачком(-кой)». Если *вы* инициатор выступления в СМИ, сами решите, чем вы будете интересны аудитории. Ответ должен быть конкретным.

2. *В чем состоит проблема, к которой обращается СМИ*, уповая на вашу помощь? Или, если вы сами иницилируете выступление, – к какой проблеме, интересной СМИ, вы хотели бы привлечь внимание?

3. Тесно с этим связанный вопрос: *какая роль отведена вам в программе данного СМИ?* Для ответа на этот вопрос, среди прочего, надо понять, какие вообще роли характерны для данного СМИ, каков их набор. И, кстати, возможно, что после этого анализа вы сочтете, что предложенная роль вас не устраивает. Но в любом случае роль определяет систему ожиданий к вам. Ваше выступление должно быть построено с учетом этой роли. Например, вы представляете одну из сторон конфликта или нейтральны; ваша роль компромиссная или вас пригласили для того, чтобы закрутить интригу, разогреть ситуацию, спровоцировать кого-то...

4. Чтобы выработать свою ролевую линию поведения, надо понять, а *какова вообще цель программы* – для чего все это делается, решая какую задачу десятки людей тратят время и немалые деньги? Ведь общая цель определяет и набор ролей участников, и систему ожиданий аудитории и создателей программы.

5. Такого рода цели во многом зависят от *важнейшей характеристики СМИ* – *принадлежности к тому или иному информационному пространству* (ИП). Каждое СМИ действует не само по себе, а является частью определенного ИП; какое живое существо ни возьми, оно обитает отнюдь не в абстрактной среде, а в определенной экологической нише, в определенной климатической зоне, ландшафте. Важно определить: как СМИ, с которым вы собираетесь работать, позиционировано в информационной среде, каково его ИП. Таким ИП может быть: общенациональное российское («Первый канал», «Известия»); международное («Financial Times», «BBC World», CNN), американское («USA Today», даже такие супервлиятельные телеканалы, как ABC и PBS, позиционируют себя, например, в отличие от CNN, не в международном, а в американском ИП), британское («Gardian», «Daily Telegraph»), европейское («Sky News», «Euronews»), региональное российское (Нижегородский телеканал), украинское («ТВ Интер»). Иногда СМИ может функционировать одновременно на двух ИП, например, французская «Le Monde» претендует на формирование не только собственно французской, но и общеевропейской повестки дня. Иногда под одной шапкой уживаются несколько СМИ, обслуживающие разные ИП. Например, под логотипом «Би-би-си» функционируют: русская служба Би-би-си – в российском ИП, «BBC World» – в международном и собственно британская Би-би-си, ориентированная на британцев. Это то, что мы вычленили для нашего примера, а ведь в корпорацию Би-би-си входит еще и много других служб, каждая из которых действует в своем ИП. Например – среднеазиатская служба BBC.

6. Каждое ИП обладает своими характеристиками, среди которых, кроме банальных – вроде языка, можно выделить *главные: главные конфликты, главные события, главные персоналии* (наиболее часто цитируемые). Например, на весну 2003 года в мировом ИП главными событиями были: готовящаяся война в Ираке, война с терроризмом; конфликты между США и исламистскими террористическими организациями, между США и европейцами; главные персоналии: Буш, Бен Ладен, Саддам, второй ряд: Блер, Путин, Ширак, Шредер и Совет Безопасности ООН. Но понятно, что для российского ИП все несколько иначе. Для американцев же в перечень таких событий попадают еще разворачивающиеся президентские выборы, а в конфликты – дебаты Буша и демократов. Из персоналий второго ряда для

американцев значимыми остаются только ООН как легитимный представитель мирового сообщества и Ширак – как главный антиамериканец из мировых лидеров. Эти главные конфликты, события и персоналии приковывают к себе максимальное внимание всех субъектов ИП: всех журналистов, всей аудитории. Поэтому, если вы хотите, чтобы ваше выступление было действительно замечено, вы должны как-то *связать свою проблему с этими главными конфликтами, событиями, персонами*, для чего определить: как волнующая вас проблема объективно с ними связана. Это почти всегда требует специального анализа.

7. Теперь вам следует выявить *главные характеристики аудитории*: не всего ИП, а аудитории конкретного СМИ и еще уже – конкретной программы. Кто, какого типа люди вас будут слушать, читать, смотреть.

8. *Каждый из этих уровней: ИП, СМИ, программа – имеет свой набор предпочтений и табу*. Например, в американских СМИ нельзя говорить о том, что разные народы и расы имеют разные от природы данные или что женщины имеют естественные ограничения в своих профессиях. С такими взглядами как выходящими за пределы политической корректности вас просто не пустят в эти СМИ. Если в газете для пенсионеров вы попытаетесь доказывать, что однополая любовь должна быть во многом уравнена с нормальной, то издатели просто выбросят такого рода новации – зачем им будировать неудовольствие своих читателей? С другой стороны – существуют и предпочтения, которые тоже надо учитывать. В газете для пенсионеров всегда будет уместно затронуть проблему здоровья или заявить, что не все в советские времена было плохо. А американцы немедленно заинтересуются, если вы упомянете о роли тех или иных женщин, или инвалидов, или этнических меньшинств в российской общественной жизни: для них это важная тема – обеспечение равных прав в бизнесе или на карьерной лестнице для представителей ранее социально ущемленных групп. Французы будут счастливы, если вы упомянете, что нельзя говорить только о Западе вообще, надо уметь отличать США и Европу. Для либеральных бизнес-изданий бессмысленно рассуждать о необходимости особого русского пути в экономике – они это просто проигнорируют, если у них только нет специальной цели дискредитировать вас перед своей аудиторией. Но не перегните палку в стремлении вписаться в контекст: есть опасность потерять хребет. Как только кто-то поймет, что у вас нет своих взглядов, которые вы готовы отстаивать, что вы готовы мимикрировать в зависимости от обстоятельств, к вам пропадет интерес.

9. Разберитесь, каков жанр программы: это аналитика или развлечение; столкновение противоположностей или попытка найти компромисс. Быть может, это шоу или игра. Понятно, что *нарушать законы жанра нельзя*, ибо это обессмысливает диалог.

10. Оцените *язык потенциальной аудитории* с точки зрения ИП в целом, СМИ, программы, жанра. Язык напрямую влияет на логику и стилистику СМИ и программы.

11. Очень важно *выяснить структуру общественных мифологем по проблеме, подлежащей обсуждению, и занять свою осознанную позицию с учетом этой мифологии*. Дело в том, что аудитория – это не чистый лист бумаги, она всегда имеет свою палитру взглядов, в том числе по затрагиваемой проблеме. Вы выступаете перед внешне молчаливой аудиторией (слушатели, читатели, телекамера, микрофон), но не обманывайтесь – это всегда диалог. Вы беседуете с аудиторией, которая воспринимает вас и ваши взгляды через призму уже имеющихся у нее представлений. Ваша задача: мысленно реконструировать, какие именно представления являются превалирующими, и соотноситься с ними. Чаще всего это несколько основных и довольно простых мифов. Есть общее правило – чем шире аудитория (масса, толпа), тем более простыми, одномерными могут быть ее суждения, реакции, оценки. Ведя диалог с конкретным человеком, вы находитесь в контакте с космосом, обращаясь же к миллионам, вы вступаете во взаимоотношения с примитивным существом – толпой. Следует раз и навсегда уяснить: оценивать вас будут только через призму этих мифов. И не важно, что вы представляете из себя в реальной жизни. Значение имеет только то, насколько удачно

вы вписались в мифологический мир данной аудитории. Во время «перестройки» доминирующим мифом было противостояние демократов и аппарата. Избежать позиционирования в свете этого мифа было невозможно. Следовало как-то определяться – демократ вы или сторонник статус-кво (аппарата). Попытка заявить о независимой позиции почти наверняка была обречена на крах. Да и в самом деле – кто вы такой, чтобы быть не как все? Почему все сумели поляризоваться по критерию «демократы – аппарат», а вы – нет? В принципе, выломаться из этой мифологической структуры можно, но чаще – лишь в теории, для чего надо или построить свой миф, или заплатить колоссальную цену, пожертвовав очень многим. Владимир Жириновский, например, почти смог занять эту, третью, позицию, критикуя и коммунистов и демократов. Но посмотрите, во что ему это обошлось: сначала союз с КГБ, потом – амплуа политического клоуна, шута, без всяких, естественно, шансов прийти к власти. Выкарабкаться из этой колеи «коммунист – демократ» ему помог его огромный талант шоумена. Прежде чем встать на этот путь, подумайте: есть ли у вас талант шоумена, сравнимый с Жириновским? К тому же Жириновский не все создал сам – он воспользовался тем известным обстоятельством, что в массовом сознании всегда есть особая ниша – шута, скомороха, юродивого, наделенного правом резать правду-матку – неприятную всем и даже неприличную. Но за это ему приходится терпеть всеобщее презрение – вместе с неугавающим интересом к своей персоне, поскольку он весьма хлесток на слово и жест, никто и представить не может, что он еще отчебучит. Согласны ли вы, обладая талантом уровня Жириновского, стать шутком? При том, что, учтите, это место им уже основательно занято и тесниться он не собирается, понимая, что это путь в политическое небытие.

То есть вы обязаны понять: какие именно ниши в доминирующих мифах массового сознания вакантны для вас по той проблеме, которую вы собираетесь «взять под прицел» в своем обращении к этому массовому сознанию. Причем эти мифы, будучи его порождением, присущи всем, даже экспертам. Например, на Западе были и остаются убеждены, что КГБ всесилен – им это вбивали в головы много десятилетий. Отдельному человеку вы можете объяснить, что, если бы КГБ был всесилен, он не допустил бы распада СССР, но втолковать это аудитории западных экспертов, дипломатов и журналистов вы не сможете и вам придется мириться с существованием этого мифа. Ну, или потратить 5 лет жизни на борьбу с ним.

12. С учетом сложившейся мифологии *вы должны выработать свою легенду: кто вы, с кем связаны, чего хотите, в чем ваши интересы, зачем хотите выступить*. Вопросы такого рода, естественно, возникают у аудитории. Легенда – вовсе не значит неправда. Ваша легенда вполне может быть правдивой. Это даже лучше. Но вы должны понимать, что даже правда должна быть преподнесена как правдивая легенда, надо убедить аудиторию в этой легенде. Часто убедить в правде бывает сложнее, чем в фантазии. Если вы игнорируете собственное легендирование, то это не значит, что вы будете выступать как загадочный романтический незнакомец: аудитория немедленно придумает за вас легенду, и эта легенда, скорее всего, будет крайне циничной и нелюбезной. Люди вообще, как вы, наверное, знаете, склонны не очень доверять публичным фигурам. И самые благие поступки публичных фигур обыватели склонны объяснять самыми что ни на есть циничными интересами.

13. *Дьявольская проблема, встающая перед каждым, – как работать с ангажированными СМИ*, отрабатывающими позицию того, кто их контролирует, да еще и в условиях, когда вы их противник. Или с ангажированными журналистами. Здесь я рекомендовал бы руководствоваться несколькими правилами:

- Не бояться ангажированных СМИ, и через них можно донести до аудитории то, что вы хотите. Пример – искусство Владимира Жириновского вести диалог с журналистами, не разделяющими его взглядов.

- Используйте естественный интерес любого СМИ к расширению своей аудитории. Выступайте ярче, и даже враждебные СМИ откроют для вас свой эфир. Помните правило информационного общества: лучше плохое упоминание, чем игнорирование.

- Не пытайтесь предотвратить трансляцию точки зрения, выгодной владельцу СМИ, в том числе затрагивающей вас. Он ее все равно огласит в своем СМИ, для этого он его и контролирует. Лучше попытаться спрогнозировать, что им может быть сказано, и изложить свою позицию так, чтобы СМИ оказалось выгодно подать вас, и подать так, как это выгодно вам.

- Не употребляйте в речи формулу «с одной стороны... С ДРУГОЙ СТОРОНЫ...». После неблагоприятной редакции ваша позиция может оказаться искаженной. Будьте в этом отношении проще, избегайте витиеватостей.

- Старайтесь быть лаконичными – вы можете немало изумиться тому, как искусно могут быть отредактированы ваши воспоминания о невинных приключениях. Говорите кратко, рублеными фразами, по существу дела и то, что трудно исказить.

- Не оскорбляйте журналистов ангажированных СМИ, не нападайте на них, если это не ваша осознанная, хорошо выверенная стратегия. Как правило, они ни в чем не виноваты, они зарабатывают на хлеб с маслом – работать ведь где-то надо. А владельцы разных СМИ мало чем отличаются друг от друга. Вы можете предложить им что-то лучшее? Вместо этого войдите в их положение, посочувствуйте им – и они отредактируют вас в щадящем режиме.

- Не юлите и не оправдывайтесь, не бойтесь прямо заявлять свою позицию – это всегда вызывает уважение. Как бы вы ни обосновывали свою точку зрения, ваши противники всегда найдут, как оттранслировать ее в эфир в негативном ключе.

- Постарайтесь предложить аудитории такие формулировки, которые отражают срединную по отношению к крайним точку зрения: то есть изъясняйтесь так, чтобы вашим сторонникам ваш тезис казался еще позитивным, а вашим противникам (если это СМИ противников) – уже негативным, не требующим дополнительной редакции. Например, коммунист, говорящий о «национализации и без излишней судебной волокиты», воспринимается своими противниками однозначно негативно, как призывающий к поправлению закона и ликвидации частной собственности, а своими сторонниками – как бескомпромиссный борец за интересы народа.

Правила построения статьи/выступления

1. Главное, чтобы в выступлении *была идея*, стержневой тезис. Никому неохота слушать пустую болтовню. *Надо самому отчетливо осознавать, что хочешь сказать*. С сумятицей в голове нечего уповать на понимание слушателями.

2. Главная мысль не должна остаться на периферии выступления, ее необходимо пропедалировать и озвучить именно как главную мысль.

Помните об общем правиле:

СНАЧАЛА ОГЛАСИ ТЕМУ СВОЕГО ВЫСТУПЛЕНИЯ, ДАЙ ПОНЯТЬ АУДИТОРИИ, О ЧЕМ СОБИРАЕШЬСЯ ГОВОРИТЬ; ЗАТЕМ ПРОИЗНЕСИ ТО, РАДИ ЧЕГО ЗАТЕВАЛОСЬ ТВОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ; И НАПОСЛЕДОК ПОСТАВЬ ТОЧКУ, НАПОМНИВ, О ЧЕМ СКАЗАЛ.

3. *Не чурайтесь главных тем*. Не отдавайте их на откуп другим. Частая ошибка – обходить главную тему стороной, дескать, другие все уже сказали или еще скажут. Это не так: может быть, они еще и не скажут, а если сказали уже, то главная тема настолько важна и многогранна, что читатель всегда найдет что-то важное для себя и у вас.

4. *Формулируя главный тезис, следует выделить его социальные характеристики:*

- каковы ваши намерения;
- кому адресованы;

- какая цель преследуется;
- какие последствия прогнозируются.

Быть может, в результате вас уволят с работы; может статься, вы поссоритесь с человеком, отношения с которым для вас очень важны; невольно вы можете спровоцировать кризис в вашей организации. Взвесьте все последствия. Если все же вы решились говорить, а не молчать, помните, что, с точки зрения последствий, эхо, которым отзовется ваше слово, должно быть для вас большим благом, нежели умолчание.

5. Как сформулировать главный тезис? Идеально, если примером вам послужит Лев Толстой, в свое время выступивший со статьей «Не могу молчать!», когда ваше выступление – это итог размышлений многих лет; но так бывает далеко не всегда. Существуют определенные *методики выработки идеи выступления*.

- Приучите себя к каждодневному труду излагать свои мысли на бумаге, не ленитесь в выработке своих суждений по самым различным вопросам – в будущем вам это пригодится. Вообще, простите за банальность, но чем больше вы думаете, «разминаете» свои мозги, тем продуктивней будет ваш мыслительный процесс, тем больше вы сможете сгенерировать оригинальных мыслей и нетривиальных идей. Периодически просматривайте свои записные книжки, не забывайте регулярно пополнять их, старайтесь сохранять все самое ценное, что осенило вас. Систематизируйте записи по темам.

- Если вы ощущаете кризис идей, попробуйте разгрузить мозги путем релаксации – с большой вероятностью у вас в голове родятся яркие идеи. Попробуйте развеяться, прогуляться, освободиться от стресса, раскрепостить сознание, дать волю своей подкорке, подсознанию.

- Найдите себе умного собеседника: неординарно мыслящего, интересного вам, способного вывести вас из интеллектуального ступора, взглянуть на проблему с неожиданной стороны; возможно, целесообразно обратиться к специалисту или поискать добротную книгу – заочная беседа с ее автором может оказаться не менее полезной. Еще лучше – обратитесь к классикам, у них ведь есть всегда что-то, что прочистит ваши извилины. На то они и классики.

- Попробуйте повысить собственную креативность. Попытайтесь, например, сделать или посмотреть что-то нетривиальное, нехарактерное или даже экстравагантное для вас – это расширит ваши горизонты, высвободит ваш творческий потенциал, придушенный гнетом того, что Герберт Маркузе называл «принципом реальности», – жесткими требованиями, диктуемыми природой и социумом, заставляющими нас делать «как надо», «как положено», вынуждающих вести себя предсказуемо и тривиально, то есть быть покладистым обывателем. Для рождения яркой мысли нужна раскрепощенность, нестандартный взгляд на, казалось бы, привычные вещи, внутренняя свобода, незашоренность стереотипами.

- Порой хороший эффект дают поступки, направленные на повышение своей энергетика. Для этого надо увлечься чем-то, что способно вызвать выброс адреналина в кровь, породить бурные эмоции. Как это сделать, каждый в состоянии решить сам, но можно, например, прыгнуть с парашютом, научиться какому-нибудь новому виду спорта или в конце концов посетить аттракционы, вроде американских горок, дающие всплеск эмоционального напряжения. Стрессы пробудят ваше сознание, заставят по-новому взглянуть на мир. Сделайте то, что вы давно хотели, но не решались. Заряд бодрости вам обеспечен.

6. Формулируя основные мысли и идеи, целесообразно соотнести их с аудиторией. Ваше выступление не должно напоминать простое декларирование некоего тезиса, оно должно давать ответы на вопросы, засевающие в головах слушателей. Они настроились внимать вам, уже имея какие-то вопросы. И вы должны оправдать их ожидания, лучше ли, хуже ли, но как-то ответить. Для этого, естественно, надо загодя мысленно реконструировать эти вопросы, что чаще всего не такое простое дело – это самостоятельная и очень важная ана-

литическая, предварительная работа. Часто эти вопросы осознаются слушателями весьма смутно (но это не значит, что их нет, они есть всегда!), поэтому в вашу задачу может входить еще и отчетливая постановка таких вопросов. Не придумывание, а вербализация вопросов, уже витающих в головах аудитории в форме более или менее четких образов и ощущений. Произнесение вслух вопросов, еще только смутно тревожащих аудиторию, вызовет положительный отклик с ее стороны, расположит вас к ней, покажет, что вы тонко чувствуете ее настроения. Вообще всякое выступление должно быть ответом на вопросы. Следование этому принципу очень важно при написании доступных пониманию целевой аудитории текстов и мессиджей (разного рода обращений, сообщений, посланий, поручений). Текст не может быть понят без уяснения читателями того, на какие вопросы автор намеревается ответить. Именно в этом и состоит трудность понимания письменных памятников других времен и культур – мы видим текст, но не понимаем контекста. Нам трудно понять, на какие вопросы автор отвечает, с кем спорит, кому возражает, кого опровергает.

7. При обращении к аудитории идею надо формулировать как социальную. Какую сферу общественных интересов ни затрагивало бы ваше выступление, оно должно быть выстроено в ключе общественно-значимой проблематики, близкой аудитории. Озвучиваемую вами идею, какой бы на первый взгляд частной она ни казалась, следует поднять до уровня общесоциальных смыслов. Она должна оказаться очевидным (с точки зрения аудитории) образом связана с тем, что волнует основную массу слушателей. Именно это и позволит социализовать вашу идею, привлечь к ней, а тем самым – к вам, общественное внимание.

8. Необходимо соотноситься с будущим. Виталий Третьяков много говорит об этом, подчеркивая, что прогноз – король анализа. Это правда. Всех нас интересует будущее, ведь так важно правильно построить собственную жизненную стратегию, чтобы добиться успеха, и здесь не обойтись без футурологии, естественного желания каждого поймать за хвост жар-птицу. Каждому хочется, чтобы волна будущего подхватила его и вынесла куда-то к оазису благополучия. Но прогноз в своем выступлении я бы одобрил доброй порцией чего-то новенького, о чем раньше аудитория даже не подозревала. Это могут быть *новые факты, новые тенденции, новые субъекты действия, новые лица, новые методы, новые угрозы, новые идеи*. Идеально, если вам удастся открыть перед слушателями новый мир.

9. При разговоре о новом важно соблюсти меру. Самоконтроль в этом плане важен почти всегда, кроме одного случая – когда вы открываете новый мир. Слушатели вслед за вами вступают в этот мир, вы показываете им его, там, естественно, все в диковинку. Но, как известно, всего хорошо в меру, в том числе и нового. Герберт Маклюен в своей книге «Понимание медиа» отмечает, что у него были проблемы с рукописью его книги, поскольку редактор заявил: «Ваша книга нова на 75 %, это плохо; книга не может рассчитывать на успех, если оригинального в ней больше 10 %». Со своей стороны я бы особо рекомендовал следовать правилу: *либо новая реальность – либо новый язык*. То есть новые явления должны быть объяснены с помощью известных слов. А новые термины должны быть применены для описания не только новых, но обязательно и уже известных явлений.

10. Выступление должно быть наполнено жизнью. А это значит, что оно не может быть похоже на сухой трактат. Привнесите в него *интригу, развитие, конфликт между кем-то...* Это может быть конфликт как между людьми, так и между тенденциями, ведь все же знают, что жизнь развивается через конфликт – слушатели просто решат, что вы оторвались от реальности, если не найдут в вашем выступлении конфликтов.

11. Очень важно, чтобы в вашей речи жизнь приобретала конкретные очертания, была наполнена образами. Даже аналитический текст требует яркости для его лучшего понимания. Задействование у слушателей образного, ассоциативного мышления поможет запоминанию ими вашего выступления и его центральной идеи. Без яркой конкретики это невозможно. Рациональные идеи подчас с трудом удерживаются в памяти. А эмоциональные

образы легко раскладываются «по полочкам», благодаря этому аналитические идеи впоследствии как бы «выуживаются» из памяти через посредство образов, которые всплывают первыми. Поэтому, кстати, образы должны не болтаться неприкаянными, а быть привязаны к рациональным идеям. Можно даже выразиться еще однозначнее: *к главной идее надо обязательно пристегнуть какой-то образ.*

12. Жизнь должна присутствовать в выступлении и в виде *страстей*. Преданность, дружба, гнев, ненависть, любовь, ревность, месть, сострадание, прощение – все это есть в нашей жизни. И все это должно прозвучать в вашем выступлении-статье.

13. Жизнь хороша в виде примеров, каких-то ситуаций, особенно юмористических.

14. В жизни, нарисованной вами, аудитория должна увидеть и свою жизнь, сопоставить со своим жизненным опытом, увидеть ваши тезисы в контексте собственного мироощущения. Для этого вам следует упомянуть какой-то набор стабильных *жизненных ситуаций*, в которые ваша аудитория то и дело попадает в нормальной жизни. Еще лучше, если это будут в целом позитивные, но лишь слегка проблемные ситуации. Например, многие иногда привирали своим родителям, рассказывая о прошедшем отпуске-каникулах, представляя этот отпуск нарочито более пресным, дабы не огорчать родителей своими рискованными приключениями. Это пример жизненной ситуации, к которой в своем выступлении вы можете привязать все, что угодно, любую проблему: ситуация типичная, не заезженная (как, например, вечная проблема тещи), эмоционально позитивная (отпуск-то был интересным!).

15. Выступление следует позиционировать по линии *«увлекаемость – объективность»*. Объективность служит информированию аудитории, с помощью же развлекательного элемента она поощряется, мотивируется к каким-то действиям. Вы сами занимаете определенную позицию и тем самым вовлекаете слушателей на эту позицию. Но, дабы соблюсти объективность, вы информируете их о разных точках зрения, о присущих им достоинствах и недостатках.

16. Выступление необходимо позиционировать также по линии *«яркость – серость»*. Обычно это правило формулируется проще: «больше яркости». Чаще всего это идет вам на пользу. Но все-таки бывают ситуации, когда яркость надо умерить. Например, во время выступления перед ученым советом или во время защиты диссертации чрезмерная яркость только вызовет раздражение. Кроме того, в современном мире все стремятся чем-то выделиться (выпендриться), причем многие именно на яркость делают ставку, ничтоже сумняшеся беря на вооружение такие ломовые (от слова «лом») приемы, как крик и провокативность. И нужно быть готовым к тому, что в какой-то момент вам придется иметь дело со сторонниками таких методов оппонирования. В этом случае надо взять себя в руки и постараться занять взвешенную позицию. Ваш холодный, стальной тон на фоне истерической **ЯРКОСТИ – ВИДИМЫЙ ПРИЗНАК ВАШЕЙ** силы и готовности к реальному действию. Это – выверенный стиль Путина, который принес ему успех в диалоге с массовой аудиторией. Надеюсь, вас, читатель, ждет сравнимый успех. Кстати, мой финал написан в технике, предложенной в этой книге Виталием Третьяковым. Какой технике?.. Читайте и обрящете.

Сергей Марков

Введение

Как и почему появилась эта книга, местами напоминающая учебник

Форма, а отчасти и содержание этого курса во многом определяются историей его создания, а потому об этом нужно рассказать сразу.

В конце 90-х года два или три я вел курс журналистского мастерства в Московском международном университете. Несколько позже – с 1999 по 2002 год – читал лекции по политической журналистике на факультете прикладной политологии в Высшей школе экономики. Там мои лекции были записаны на магнитофон, очень грамотно расшифрованы, и я обещал руководству факультета составить на основе этих записей учебное пособие.

Приступить-то к этой работе я приступил, но так и не довел до конца. Во-первых, не хватало времени – я тогда возглавлял «Независимую газету», а это была хоть и приятная для меня, но отбиравшая почти все, даже свободное, время работа. Во-вторых, устная речь, как известно, чаще всего плохо перекадывается на бумагу – контекст и пафос непосредственного общения со студентами исчезли, зато проявились смысловые и логические неувязки, устарели или, точнее, потухли многие примеры, которые в свое время, будучи актуальными, взятыми прямо из текущей журналистской практики, хорошо иллюстрировали или даже дополняли теорию. Напомню, что осень 1999 года и зима – весна 2000-го – это период двух предвыборных кампаний, думской и президентской, причем с точки зрения журналистики – наиболее интересных с момента выхода наших СМИ из-под опеки государственной цензуры. Словом, с ходу превратить наговоренный мною курс лекций в нечто, достойное издания, не удалось.

Наконец делу помог случай. В июне 2001 года господин Березовский лишил меня моего детища – «Независимой газеты». Это первоначально образовало некоторый избыток свободного времени – во всяком случае до той поры, пока я не принял окончательное решение, чем заниматься дальше в практической журналистике. Летом 2001 года, в отпуске, была написана первая треть этой книги, вторая треть – летом 2002-го, тоже в отпуске. И наконец в начале и летом 2003-го, воспользовавшись студенческими, а следовательно и профессорскими, каникулами, я дописал ее вчерне.

Если я и решаюсь назвать данный текст учебником, то только в том смысле, что своим студентам предлагаю его в качестве основы знакомства с журналистикой. Ни на какие академические лавры я, разумеется, не претендую. Практически же я сам был крайне заинтересован в том, чтобы создать по поводу «теории и практики журналистской работы» нечто цельное и законченное. Дело в том, что преподавание как-то слишком основательно вошло в мою жизнь.

В связи с уходом из «Независимой газеты» я получил решительное предложение от ректора Московского государственного института международных отношений Анатолия Торкунова начать наконец чтение лекций на факультете международной журналистики МГИМО. Новая встреча со студентами (курс называется «Аналитическая журналистика»), по крайней мере в одном аспекте, меня не радовала. Дело в том, что я не люблю повторять одно и то же – даже в разных аудиториях. Особенно – очевидные для себя вещи. Вот, строго говоря, главная причина, по которой я решил написать учебник журналистики. Теперь, используя свое профессорское положение, я буду заставлять студентов зубрить его от корки до корки, а сам стану лишь наслаждаться выслушиванием их в меру банальных ответов на экзаменах.

Первоначально я собирался, собрав читаемый мною курс воедино и несколько облагородив его определенной систематизацией, написать «Самый короткий учебник журналистики». Ибо мне действительно было трудно представить, о чем здесь можно рассказывать долго.

Но как это часто бывает, начав работать над писанным текстом, я неминуемо стал отвлекаться в сферы, лежащие близ самых очевидных коллизий журналистики и моих собственных рекомендаций относительно того, как преуспеть в этой профессии.

Тот, кто читал ранее мои статьи, не мог не заметить, что меня вообще тянет на теоретизирование.

Не то чтобы я решил превратить эту слабость в достоинство. Просто так вышло само собой. Я писал и писал, а книга (теперь уже точно выходила книга, намного переросшая первоначально читанные мною лекции) стала пухнуть.

И в общем-то это оправданно. Современная журналистика не слишком сложна, но слишком важна. Поэтому стоило попробовать описать ее «всю». Не в смысле тематической исчерпанности (на это я не претендую: например, я почти ничего не пишу о радиожурналистике), а в смысле исчерпанности проблемной.

Короче говоря, начав с малого, я решил, раз уж начал, сказать все обо всем существенном, что имеет отношение к СМИ и журналистике.

Это – внешняя сторона дела. Но есть и содержательная.

Профессия журналиста чудовищно мифологизирована. Особенно в наше время. Всякая мифология, как известно, признак либо язычества, либо целенаправленной лжи, либо экстраординарной глупости.

Когда при мне говорят, что журналистика – это правдоискательство, а журналисты, едва ли не все, – честнейшие и умнейшие люди, мне хочется обругать нецензурной бранью того, кто это произносит, и покинуть стены аудитории, в которой звучит столь, увы, хорошо мне знакомая ахинея.

На мой взгляд и вкус, нет ничего более удручающего, чем слушать, как люди врут о себе самих. Более удручающе только слышать, чувствовать или знать, как они врут самим себе.

Утверждать, что журналисты любят правду, и тем более, что журналисты едва ли не единственные, кто в наше время и в нашем мире открывают правду людям (аудитории), это все равно, что доказывать, будто дворники – чистюли по призванию и кроме них нет других людей, благодаря которым улицы в наших городах остаются (иногда) чистыми.

Конечно, дворник убирает мусор. Но это означает только то, что уборка мусора является его профессиональной обязанностью. Если дворники совсем не будут «производить чистоту», как и если журналисты совсем не будут «производить правду», и тех, и других просто выгонят с работы. Но из этого не следует, что дворники любят чистоту, а журналисты правду; что дворники не мусорят, а журналисты не лгут; что дворники не мусорят даже на своем участке, а журналисты не лгут даже в своих СМИ.

Кроме того, понятия «чистота» и «правда» очень и очень относительны. Ни одному дворнику не поручат обеспечивать чистоту в хирургическом отделении и ни один журналист не расскажет всей правды о себе, своей газете, партии, за которую голосует, и т. д. Поэтому

ПРАВДА, ОГЛАШАЕМАЯ СМИ, – ТО ЖЕ САМОЕ, ЧТО И ВЫМЕТЕННЫЙ ДВОРНИКОМ ТРОТУАР. СМОТРИШЬ С ВЫСОТЫ СВОЕГО РОСТА – ЧИСТО. ЕСЛИ ЖЕ НАКЛОНИШЬСЯ, ДА ЕЩЕ ПОПРИСТАЛЬНЕЙ ВГЛЯДИШЬСЯ – ТУТ СОРИНКА, ТАМ ПЕСЧИНКА, ЗДЕСЬ ЛИШЬ СЛЕГКА ЗАТЕРТЫЙ ПЛЕВОК... СЛОВОМ, ГРЯЗЬ¹.

¹ Выделенные таким образом части текста являются тем, что я называю *максимами журналистики*. Большую их часть читатель найдет в лекциях, а все их скопом, но систематизированные, – в восьмом разделе этого курса. В тексте лекций я не

Наконец, еще несколько важных замечаний, сути которых я коснусь подробнее в надлежащих местах соответствующих лекций.

ЛОЖЬ – ЭТО ЧАСТЬ ПРАВДЫ.

Правду не надо путать с истиной.

ЛОЖЬ – ТАКОЙ ЖЕ ЕСТЕСТВЕННЫЙ ПРОДУКТ ЖУРНАЛИСТИКИ, КАК И ПРАВДА, НО В СОВОКУПНОСТИ СВОЕЙ, КАК ПРАВИЛО, МЕНЬШИЙ ПО ОБЪЕМУ.

Даже умные и честные журналисты часто сами не знают, как отличить правду ото лжи.

В журналистике, как и в других *массовых* профессиях, довольно много просто глупых, недобросовестных и профессионально слабых людей, которые лгут, даже не задумываясь о смысле своей лжи, или просто не понимают, что лгут.

Зато никто так много не говорит о правде (а не правды), как журналисты. Это их профессиональный миф, в условиях демократии ставший универсальным. Сейчас, под напором неопровержимых улик, этот миф постепенно рушится.

Из всего сказанного становится ясно, что я крайне неравнодушен к предмету моего изложения и анализа. И если воспользоваться тацитовским девизом «Независимой газеты» от дня ее рождения и до 8 июня 2001 года, «*Sine ira et studio*» (*Без гнева и пристрастия*), то эта книга глубоко пристрастна. Но я бы осмелился утверждать, что одновременно она глубоко объективна. Так сказать, «*Sine ira, cum studio*» – «Без гнева, но с пристрастием».

Словом, я преподношу читателям (и слушателям!) в меру моих сил *честный* курс лекций по теории и практике современной русской журналистики. Это, помимо прочего, означает, что сдавать на его основе экзамены, особенно вступительные, кому-либо, кроме меня, опасно. Не все из прочитанного в этой книге надо рассказывать публично, но знать надо все.

Теперь несколько слов о составе книги. Помимо собственно лекций, в нее – как мне кажется, естественно – входит ряд моих статей, посвященных различным проблемам журналистики и написанных в связи с событиями, будоражившими российские СМИ в 90-е годы XX века и первые XXI. Эти статьи писались в ритме почти ежедневного комментирования происходившего – в этом, возможно, их слабость, но, бесспорно, и сила. Ибо теория журналистики рождалась в них непосредственно из практики. Или, по крайней мере, под давлением практики всплывала из подсознания, загруженного осколками разного рода знаний.

Собранные и систематизированные в восьмом разделе книги «200 максим журналистики, включая 10 золотых», которые я формулирую по ходу лекций, это, конечно, не более чем игра. Но что такое *Игра* в современной журналистике, еще узнает тот, кто дойдет до соответствующей лекции. А усвоить (осознать и зазубрить) все максимы – это и означает познать журналистику. Ленивому читателю (и студенту) рекомендую, хоть это и непедагогично, ограничиться прочтением только их. Нюансы при этом уйдут, но сущность журналистики ухвачена будет.

В заключение я должен сказать вот что. Решение мое стать журналистом настигло меня, если воспользоваться булгаковским выражением, как удар финского ножа – когда я впервые, в школьные годы, увидел фильм Сергея Аполлинариевича Герасимова «Журналист» (1967). Потом я смотрел этот фильм раз двадцать.

«Журналист» – абсолютный миф, построенный на абсолютно достоверной для профанов в журналистике правде. Между прочим, этот фильм очень хорош был бы в качестве учебного, даже сегодня, несмотря на весь его соцреализм (точнее – соцромантизм). По гера-

нумерую максимы, ибо возникают они по прихоти движущейся мысли, лишь выделяю так называемые (мною) и таковыми являющиеся *золотые* максимы.

символу мифу (фильму) можно шаг за шагом (эпизод за эпизодом) разбирать и теорию, и технологию, и стилистику, и проблематику, и психологию нашей профессии.

Это лишние слова, но это слова благодарности. Уже умершему режиссеру, с которым мне не довелось познакомиться. Но главное, что однажды я увидел этот его фильм. Что, в конечном итоге, и привело к созданию книги, которую вы, любезные читатели, держите в руках.

Самое поразительное, что из этой книги действительно можно узнать, как стать знаменитым журналистом. Конкретный и достаточно лапидарный ответ содержится в одной из заключительных лекций, но я не рекомендовал бы ограничиваться просто поиском нужного места. Ведь сам по себе рецепт немудрен. Мудрено понять, как им воспользоваться. А вот для этого придется прочесть весь курс. Приступим...

Раздел первый Больше теории

Лекция 1 О целях данного курса

Итак, милостивые читатели и слушатели, я начинаю свой курс теории и практики современной русской журналистики. И начинаю его с утверждения, что немного сегодня найдется в мире профессий, кроме журналистики, – быть может, еще *политика, актерство и профессиональная религиозная деятельность*, – которые были бы так мифологизированы. Причем как с внешней стороны, то есть аудиторией (политика – обществом, театр и кино – зрителями, религия, точнее церковь, – паствой, мирянами), так и изнутри – самими представителями этих профессий. Миф поддерживает святость, сакральность профессии в глазах непосвященных. Собственно для этого он в основном и нужен в обыденной жизни. Но если и начинать серьезно изучать какое-либо дело, то конечно же не с мифов о нем. А если без их упоминания не обойтись, ибо они буквально ввелись в общественное сознание, заключили журналистику (и политику, актерство и религию) в сотканный из самих себя, то есть мифов, кокон или, по-русски, личину, скрывающую истинную суть явления, то приходится начинать с разоблачений (в буквальном, не обличительном – извините за каламбур – смысле этого слова). Или, что в данном случае то же самое, – с *правды*.

Почему нужно знать правду? Вот отнюдь не банальный для разговора о журналистике вопрос.

Во-первых, потому, что *только тот, кто знает правду о своей профессии, может овладеть ею в совершенстве. Это обязательное, хотя и не достаточное условие.*

Во-вторых, *только тот, кто знает правду о журналистике, может решить для себя те моральные проблемы, с которыми, работая в СМИ, приходится постоянно сталкиваться.*

В-третьих, *только тот, кто знает правду о современной журналистике, способен, читая газету или смотря телепередачу, узнать реально большую правду, нежели та, что сообщает данная газета или передача, о событиях, о котором они рассказывают.*

Журналистика в силу своей специфики вовлечена во все значимые процессы, происходящие в мире, и прежде всего в политические процессы, поскольку люди должны что-то знать о том мире, в котором они живут. Эти знания им дают в школе, их получают в семье от родителей, в вузе от преподавателей, но потом только очень малая часть населения продолжает самостоятельно получать знания, работая в научных учреждениях, а основная часть живет обычной жизнью. Тем не менее, чтобы ориентироваться в жизни, эти люди должны получать информацию и знания – это в их интересах.

НИКТО ИЗ ОБЫЧНЫХ ЛЮДЕЙ НЕ МОЖЕТ ПОЛУЧИТЬ ЗНАНИЯ О МИРЕ ИНАЧЕ, ЧЕМ ЧЕРЕЗ ЖУРНАЛИСТИКУ, ГОВОРЯ ШИРЕ – ЧЕМ ЧЕРЕЗ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ.

Когда-то раньше общество было более замкнуто, не было таких, как сегодня, информационных систем, новая информация доходила до населения в виде неких вестей, слухов либо в виде приказов от начальства. Потом возникли газеты, и люди, которых мы называем журналистами, встали между миром (не только общественным, но и природным) и всеми другими людьми, превратившись в *потребителей информации*.

Например, как извергаются вулканы, обычный человек узнает в школе. Геолог, а точнее вулканолог, изучает этот процесс всю жизнь, но то, что Этна очнулась, мир может узнать только от журналистов. То есть даже о событии, совершенно не относящемся к общественной жизни, о чисто природном явлении мир узнает через журналистику. Если вдруг журналистам захочется (в порядке эксперимента) доказать, что вулканы извергаются не так, как это описано в учебниках, а как-то иначе, то скорее всего журналисты, если они сговорятся, смогут убедить в этом сотни миллионов людей, общество, и таким образом реальным знаниям о вулканах будет противопоставлена какая-то искаженная, но принятая аудиторией картина. И такие вещи происходят. Повсеместно и повседневно. Но, конечно, этим журналистика не исчерпывается.

Причины извержения вулканов абсолютно безразличны журналистам. Но им далеко не безразлично, кто победит на

президентских выборах. Было небезразлично и в 1996 году, и в 2000-м, и в 2004-м (в данном случае речь, естественно, о России) – беспристрастие исключалось по определению. А ведь это еще, так сказать, легитимная пристрастность. Не в смысле законности, а в смысле ее закономерности, естественности.

Пристрастия пристрастиями, но

ОБЫЧНО СЧИТАЕТСЯ, ЧТО ЦЕЛЬ И ЗАДАЧА ЖУРНАЛИСТИКИ – КАЖДОДНЕВНО ОБЪЕКТИВНО ИНФОРМИРОВАТЬ АУДИТОРИЮ, ЖИТЕЛЕЙ ТОЙ ИЛИ ИНОЙ ТЕРРИТОРИИ О НАИБОЛЕЕ ЗНАЧИМЫХ СОБЫТИЯХ, ПРОИСХОДЯЩИХ НА ЭТОЙ И СОПРЕДЕЛЬНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ, ДАВАТЬ ОЦЕНКУ ЭТИМ СОБЫТИЯМ, ОРИЕНТИРОВАТЬ ЧЕЛОВЕКА ОТНОСИТЕЛЬНО ПРИЧИН ЭТИХ СОБЫТИЙ, ИХ ВОЗМОЖНЫХ ПОСЛЕДСТВИЯХ И, В КОНЕЧНОМ ИТОГЕ, ОТНОСИТЕЛЬНО ВАРИАНТОВ ПОВЕДЕНИЯ В СВЯЗИ С ДАННЫМИ СОБЫТИЯМИ.

Наша повседневная сегодняшняя российская жизнь дает более чем достаточно материала для журналистов. В России журналист имеет возможность написать огромное количество текстов, которые не написал бы, живи он в стране более спокойной. Например, целые тома можно составить из статей журналистов России, посвященных демократии. Другое дело, что и само понятие, и маркированный им политический институт каждый трактует как может или как хочет. Но, между прочим, это *интеллектуальное неопитство* нашей журналистики создает часть ее богатства (в сравнении с более скучной в этом смысле западной журналистикой), порождая при этом и вполне бессмысленный, хотя и не всегда безопасный для общества *информационный шум*.

Конечно, в России (и не только в ней) очень много журналистов, предоставляющих аудитории знания о действительно значимых событиях, происходящих в мире. В то же время в СМИ постоянно появляются материалы, которые не являются настоящей журналистикой. Пока я еще не завожу речь о так называемом *пиаре*. Есть целый ряд людей, работающих в СМИ или со СМИ, которые дают специфические, практические знания по отдельным темам – как накрасить губы, или как приготовить суп, или как выбрать себе автомобиль. Их нельзя назвать журналистами. *Журналисты – это те, кто рассказывает о событиях*. Как накрасить губы – это не событие, это навык, который можно передать от одного человека другому, заинтересованному в этом, не обязательно прибегая к журналистике. Но и эти навыки, как правило, сегодня распространяются с помощью СМИ (здесь журналистика смыкается с рекламой и обучением, в том числе политическим). И тех, кто сегодня занимается переда-

чей таких навыков через СМИ, причисляют к журналистам, хотя журналистами они, строго говоря, не являются.

А вот другой, более масштабный и значимый для СМИ пример ориентирования журналистами людей в политическом и общественном пространстве. Пока длится межвыборный период, журналисты рассказывают о политиках, известных и неизвестных, хороших и плохих. По сути это обсуждение текущего политического процесса. Не более того. Но вот наступает период предвыборной кампании, особое значение приобретают агитация и политическая реклама: журналисты начинают целенаправленно ориентировать аудиторию. Каждый орган печати предлагает свои политические лозунги, призывает: «Голосуйте за Зюганова!» или «Голосуйте за Путина!» или использует более изощренные формы агитации, но тем не менее фактически дает практический совет, как вести себя в день выборов, объясняет, почему нужно себя вести именно так, насколько это значимо для самого читателя или зрителя. Это неизбежный, объективный процесс. Но вот в чем вопрос: а не перестают ли быть журналистами люди, перешедшие от описания и анализа политического процесса к агитации, лишь использующей элементы анализа? Некоторые утверждают, что перестают. Или следует даже более суровый вердикт: такие журналисты, раз потеряв «журналистскую невинность», перестают быть журналистами навсегда.

Как же так? Получается, что косметолог, работающий в ежемесячном глянцево-м журнале для женщин, это журналист, а журналист, отбывающий свою личную или пусть даже навязанную ему политическую (предвыборную) повинность, – не журналист?

Система (индустрия) СМИ так разрослась, что путаница происходит даже с определением тех, кто собственно и составляет ее кадровую основу.

За редкими исключениями, люди, работающие в ежемесячных изданиях, не называют себя журналистами. В России сейчас почти нет ежемесячных изданий (кроме академических), посвященных политике, поскольку то, что выходит раз в месяц, не успевает уследить за каждодневным изменением событий – а ведь

ЖУРНАЛИСТИКА ПО СУТИ СИЮМИНУТНА, КРАТКОСТЬ – В НЕЙ НЕ ТОЛЬКО ПРОЯВЛЕНИЕ ТАЛАНТА, НО И ФОРМА СУЩЕСТВОВАНИЯ.

Поэтому журналисты не работают в альманахах, ежегодниках, в ежемесячных *толстых*, то есть литературных, журналах – они работают в еженедельниках и в ежедневных газетах, на радио и телевидении, в информационных агентствах и с недавнего времени – в сетевых изданиях.

Еженедельники все-таки позволяют фиксировать изменение событий почти ежедневно. Так же, как в ежедневных газетах, журналисты еженедельников знакомят читателей с событиями вчерашнего, сегодняшнего, завтрашнего дня, ибо редко какое событие длится только один день – чаще два-три как минимум. Если взять газету любой направленности, любого объема и пройти по темам, то мы увидим, что 70–80 % материалов в ней посвящено тому, что произошло вчера, что было позавчера, или тому, что произойдет завтра и послезавтра. Все остальные события, которые описываются в газетных или журнальных статьях, даже если это события десятилетней или столетней давности, используются как аргументация или иллюстрация к текущим событиям. Журналистика живет сегодняшним днем: газета не будет писать о том, что некий человек 100 лет назад вошел в аудиторию, если только не окажется, что с приходом того человека 100 лет назад началась цепочка событий, которая в конечном итоге привела к тому, что Путин теперь является президентом России.

Все эти вступительные, а потому отрывочные замечания и примеры я привожу для того, чтобы показать: *многое в журналистике слишком ясно, но многое уже основательно запутано и мифологизировано, ибо слишком разрослась и слишком важную роль сегодня играет журналистика в нашей жизни. Цель курса моих лекций – разобраться в главном.*

В своей жизни я слышал много выступлений теоретиков журналистики и журналистов-практиков о журналистике, а в молодости даже обучался на факультете журналистики Московского государственного университета. Разумеется, я давно уже не читаю книг о журналистике, ибо все ее основные навыки мною давно освоены – не все, правда, практически.

С 1976 года и по 1988-й я работал в советской внешнеполитической пропаганде. Конкретно – в агентстве печати «Новости», считавшемся «отделом» ЦК КПСС. Это, кстати, была не худшая, а по нынешним временам даже, пожалуй, и лучшая журналистская школа – мы вынуждены были конкурировать с западной пропагандой и журналистикой, то есть хотя бы отчасти владеть и их арсеналом. Это, в частности, очень помогло мне, когда в 1988 году я перешел работать в тогдашнюю, как ее называли, «трибуну гласности» – в еженедельную газету «Московские новости». В 1990 году я покинул «МН», чтобы основать, создать и возглавить совершенно новую ежедневную газету – «Независимую», и почти одиннадцать лет руководил ею.

Я всегда много писал и печатался – в России (а когда-то в СССР) и за рубежом. Я много выступал по телевидению, а в последнее время веду свою авторскую программу «Что делать?» на канале «Культура», – но телевизионным журналистом себя не считаю. Писать – вот моя профессия.

Я много писал сам, но много и редактировал других. Я выполнял чужие задания, а последние 15 лет давал задания другим. Я работал в изданиях, созданных другими, и создавал издания сам.

Поэтому в своих лекциях, а ныне – в своем учебнике, я буду в первую очередь опираться на собственный опыт. Не потому что он удачнее других (хотя во многом – удачнее), а потому что мне так легче.

Итак, подведу итог своему вступительному слову. Этот курс лекций (учебник) я создал, преследуя три цели.

Первая, как я уже писал во введении к данному курсу, – облегчить себе работу со своими студентами.

Вторая – рассказать о журналистике то, что о ней надо знать всем, кто с нею сталкивается, а особенно тем, кто в ней работает.

Третья – помочь тем, кто хочет в журналистике преуспеть, а проще говоря, тем, кто хочет стать знаменитым журналистом.

Только этими тремя скромными целями ограничиваются мои амбиции. Думаю, кое-кому они покажутся чрезмерными. Я к этому готов, да и привык. И изменять себе не собираюсь, ибо всегда считал одной из главных истин ту, что утверждает: *самоуничтожение паче гордыни*.

В заключение еще одно замечание. Я знаю всех или почти всех крупных, известных, влиятельных или популярных журналистов современной России. И когда я буду ссылаться на их негативный опыт, то, разумеется, мною в этих случаях будет руководить только академический интерес и забота о студентах. На чем же, как не на примерах из реальной журналистики, учить ей?!

Ничего личного в этих примерах выискивать не следует – за отсутствием искомого. Впрочем, не уверен, что эта оговорка поможет, то есть внешне она – избыточна, а значит – не нужна.

Впрочем, нет, нужна. Ибо *журналистика – вообще избыточная профессия*. И текст, этот основной продукт журналистского труда, также всегда избыточен, хотя в журналистике высшего класса должен казаться внезапно и неожиданно для читателя или слушателя обрвавшимся. Об этом парадоксе, впрочем, мы поговорим специально в свое время и в подходящем месте.

Итак, *ничего лишнего – это не из журналистики*, даже если брать работу информационных агентств. Ведь собственно журналистика начинается там, где, зачитав сообщение о погоде, телевизионный ведущий осклабится в почти непристойной улыбке.

Лекция 2

Общий обзор курса, или два парадокса журналистики

Столкновение с журналистикой вообще и даже конкретнее – с политической журналистикой – неизбежно и для профессиональных политиков и политологов, и для обычных граждан, которые стремятся понять, что происходит в стране, или принять реальное участие в событиях, например путем осознанного голосования на президентских выборах, и для людей, вроде бы не интересующихся ничем, кроме своей частной жизни.

Перефразируя известное выражение, я сказал бы так:

ЕСЛИ ВАС НЕ ИНТЕРЕСУЕТ ЖУРНАЛИСТИКА, ЭТО ВОВСЕ НЕ ЗНАЧИТ, ЧТО ОНА НЕ ИНТЕРЕСУЕТСЯ ВАМИ, А ОДНАЖДЫ – НАПРИМЕР, В ПЕРИОД ВЫБОРОВ – НЕ ЗАЙМЕТСЯ ВАМИ, ПРИЧЕМ С ОЧЕНЬ БОЛЬШИМ ПРИСТРАСТИЕМ.

В наше время в России никто не свободен от политики, а равно ее сестры и служанки – журналистики. Хорошо это или плохо, каждый волен судить сам, но полезно, по крайней мере, знать характеры этих двух, политики и журналистики, скандальных особ.

Должен заметить, что я в основном буду рассказывать именно о политической журналистике. И не только потому, что она больше мне знакома. Главных причин две. Первая: по степени своего влияния на аудиторию политическая журналистика является наиболее мощной, сам фактор влиятельности имманентно присущ политической журналистике – для того она, в конечном итоге, и существует. Вторая причина: политическая журналистика очень концентрирована. Все, что в других тематических видах журналистики может быть размыто, необязательно, зависимо от чисто субъективных пристрастий автора, в политической журналистике заострено и почти императивно.

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА ЕСТЬ КВИНТЭССЕНЦИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ ВООБЩЕ.

Политическая журналистика, являясь, естественно, частью журналистики в целом, увенчана всеми достоинствами этого благородного общественного института, равно как и страдает всеми его пороками. Мне еще представится случай углубиться в описание и того, и другого, но для начала скажу, что все известные определения журналистики, включая самые метафористические, по-своему верны. И «вторая древнейшая профессия» (я лишь уточнил бы, что третья, ибо вторая – это, безусловно, политика), и «четвертая власть», и даже хрущевские, кажется, «приводные ремни», не говоря уже о ленинском – «важнейшая часть партийной работы». В этом феномен журналистики, ее парадоксальная суть:

БУДУЧИ ГОЛОСОМ ОБЩЕСТВА, ОБРАЩЕННЫМ ПРЕЖДЕ ВСЕГО К УШАМ ВЛАСТИ, ЖУРНАЛИСТИКА, ПОЛИТИЧЕСКАЯ В ОСОБЕННОСТИ, ЯВЛЯЕТСЯ ЧАСТЬЮ ИЗОЩРЕННО-ПЛЮРАЛИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВОМ.

Вот он, первый и основной парадокс журналистики, раздвоивший сознание, мораль и поведение не одной тысячи (не одного миллиона?) современных журналистов.

Не верьте тому, кто будет либо лишь превозносить журналистику, либо лишь охаивать ее. Это или лжец, или дурак. Или журналист, что, в общем-то, не исключает ни первого, ни второго, хотя и не обязательно предполагает оба эти качества.

ЖУРНАЛИСТИКА СЛИШКОМ ВСЕОХВАТНА, ЧТОБЫ БЫТЬ ЧЕМ-ТО ОДНИМ.

Тематика моих лекций определяется банальным принципом «от общего к конкретному», хотя возможны и отклонения от этого пути. Сначала придется поговорить об общей теории журналистики. Затем я перейду к рассмотрению более конкретных тем. Например, теме взаимоотношений и взаимосвязи политической журналистики, политики и *общественного мнения*. На мой взгляд, очевидно, и, я думаю, на основе собственного опыта все согласятся с тем, что нельзя намертво разделить эти три тесно связанных института. Действительно, предметом изучения политической журналистики, как правило, является политика, а объектом ее воздействия – аудитория, то есть общественное мнение. Общественное мнение, в свою очередь, влияет на политическую журналистику, а также непосредственно на журналистов и политиков и как на граждан, и как на профессионалов. Я подробно расскажу об этом замечательном треугольнике в соответствующем месте.

Извне представляется, что журналистика в настоящее время процветает в России (насколько это процветание доброкачественно, мы еще поговорим). Однако внутри журналистики есть определенные школы (например, борющиеся на страницах и экранах российских СМИ англосаксонская и традиционно русская, беллетризованная), а в системе СМИ существуют корпорации, в частности олигархические группы, владеющие конкретными средствами массовой информации. Кроме того, отдельные журналисты разнятся по литературному стилю, идеологическим традициям, политическим пристрастиям: одни с этими пристрастиями родились, другие были воспитаны в духе пристрастной журналистики советского времени, третьи, более молодые, получили прививку пристрастности в последний, так называемый демократический период. Соответственно, у каждого свой менталитет, разный подход к одним и тем же политическим проблемам. Кроме того, с политической журналистикой работают не только качественные издания, но и, увы, бульварные. С этим приходится считаться.

Достаточно интересны проблемы политической журналистики в системе демократии и современной *партийной журналистики*. Последний феномен сохраняется и, я бы сказал, вновь расцветает в России. Если раньше у нас была партийная журналистика одного крыла – левая коммунистическая, что бы и кем бы ни вкладывалось в это понятие, то сейчас партийная журналистика может быть левой, правой, демократической, антидемократической (но при этом не коммунистической), клерикальной и так далее.

В лекции о соотношении свободы слова, корпоративных интересов журналистов и национальных интересов страны мы рассмотрим взаимодействие нескольких субъектов, уживающихся часто «внутри» одних и тех же людей:

- журналистов как носителей идеи свободы слова;
- журналистов, то есть конкретных людей, входящих в медиакорпорацию – газету, телеканал и в более широкую медиа-корпорацию или сообщество журналистов определенного города, определенного региона;
- журналистов как граждан своей страны и представителей рода «человек политический».

Придется, хотя это и неприятно, поговорить и о взаимодействии журналистики и пиара. Институт PR – «public relations», скромно называемый связью с общественностью, на самом деле представляет собой более сложный феномен – гибрид рекламы и пропаганды. Сейчас PR процветает во всех формах – от черного до абсолютно легального, и при этом исключительно негативно влияет на собственно журналистику.

Касаясь взаимодействия политической журналистики и политической элиты, я буду приводить примеры из опыта московской прессы – это та журналистика, которая мне лучше известна, тогда как региональную журналистику я почти не знаю. Впрочем, я полагаю, что самые сильные журналисты, образцовые и типичные в одном лице, сосредоточены в Москве

– даже журналистика Санкт-Петербурга является провинциальной по отношению к московской.

Москва – это, безусловно, «большая деревня», если вспомнить классическое и очень точное определение первопрестольной столицы России. Я не знаю, когда это выражение появилось, но явно еще до Второй мировой войны, то есть и до теории всемирной деревни Маршалла Маклюэна. Так вот, в Москве, в этой большой деревне, по крайней мере, в политических кругах сложились действительно очень тесные связи – все друг друга знают. Когда молодой журналист входит в политическую журналистику, он начинает с самых простых вещей, например, с описания митингов оппозиции. Постепенно у него появляется все больше знакомств, он пробирается к самому верху, к элите. Так образуются цепочки взаимосвязей, взаимовлияний, личностных отношений между людьми, работающими в политике и работающими в журналистике.

Подобные взаимосвязи не всегда формальны – возникают дружеские, приятельские отношения, просто очень хорошие знакомства. Например, президент в зарубежные поездки берет с собой группу журналистов, как правило, одних и тех же. Также и с премьер-министром всегда ездит определенная группа журналистов, и с министром иностранных дел. Министры внутренних дел и обороны, как правило, работают со своими группами журналистов. Всюду возникают неформальные связи и более доверительные отношения: кто-то с кем-то делится чем-то сокровенным – тем, что обычно не выносится на страницы печати, но остается в памяти и сознании журналиста. Как пользоваться этой информацией? Можно ли то, что тебе рассказали в свободном разговоре в ходе таких поездок, использовать на страницах газет или нельзя? Это специальные вопросы, но есть и фундаментальный. Здесь имеет место проблема дружеского давления, *дружеской цензуры* деятельности журналистов со стороны политиков, с которыми эти журналисты очень близко сошлись. Я считаю, что

ДРУЖЕСКАЯ ЦЕНЗУРА – ЭТО САМЫЙ СИЛЬНЫЙ ВИД СУЩЕСТВУЮЩЕЙ СЕЙЧАС НЕФОРМАЛЬНОЙ ЦЕНЗУРЫ, ПОМИМО ТЕХ СЛУЧАЕВ (ОНИ НЕ ЕДИНИЧНЫ, НО ВСЕ-ТАКИ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫ), КОГДА РЕЧЬ ИДЕТ О ПРЯМЫХ УГРОЗАХ ЖУРНАЛИСТУ.

Из всех механизмов давления на СМИ самый эффективный – дружеская просьба. Умные политики этим активно пользуются, причем вложенная в дружеское давление энергия неизмеримо мала в сравнении с тем результатом, который такая цензура может дать тому или иному политику.

Я исхожу из того, что в идеале все должны разбираться в механизмах работы журналиста, хотя немногие даже из студентов журфаков становятся практикующими журналистами. Тем не менее чтобы ориентироваться и в реальном мире, изучаемом, в частности, социологией, и, как сейчас модно говорить, в мире виртуальном, то есть в том, который создается СМИ и оказывает все большее влияние на поведение людей, необходимо знать некоторые конкретные механизмы работы журналиста.

Например, как взять интервью у президента? Отвечая на этот вопрос, я не буду рекомендовать, какой именно вопрос задать президенту, но обозначу правила взаимоотношения журналиста с крупной политической фигурой, занимающей официальный пост. Если в ходе показа такого интервью по телевидению простой зритель, не журналист, видит, что какие-то из этих правил очевидно игнорируются, значит, он должен насторожиться: недоброкачественная работа на таком уровне почти всегда не случайность, то есть в тексте интервью содержится какой-то скрытый смысл или, напротив, что бывает чаще, какой-то значимый для аудитории смысл из текста выводится, изымается.

Думаю, всех интересует вопрос: как сделать себе имя в политической журналистике? Далеко не все, но все же очень многие журналисты мечтают о славе, если не всемирной, то

общенациональной. Найдутся такие, конечно, и среди тех, кто будет слушать и читать эти лекции, – не обязательно, чтобы вы себе в этом признавались. Но прошу учесть и остальных: возможно, сегодня вы не мечтаете о славе, однако завтра вам покажется, что она для вас необходима. Многие люди совершенно теряют голову после первого выступления по телевидению: был нормальный журналист – два раза показали по телевизору, и он уже мечтает только об одном – о все большей и большей известности. Я думаю, что разговор о возможностях прокладывания собственных, а не коллективных профессиональных путей в журналистике будет полезен для некоторой части читателей и слушателей моих лекций. Конечно, я не хочу сказать, что только неумные люди падки на славу, хотя так часто бывает. *Нет такого закона: раз всемирно известен, то глуп – среди известных людей тоже встречаются умные.*

Это не все темы моего курса, а лишь выборочный обзор того, что в нем можно будет найти.

К конкретным проблемам теории журналистики я еще, естественно, вернусь, а сейчас хотел бы порассуждать о журналистике вообще.

С одной стороны, журналистика – профессия достаточно специфичная, и в ней работают вполне определенные люди. Так же, как в овощном магазине работают, помимо продавцов, вполне определенные люди – грузчики.

Для того чтобы выполнять работу грузчика, не нужно быть профессионалом. Конечно, нужно знать определенные правила: «Не бери тонну – надорвешься», «Не бросай груз, а клади, потому что он разобьется, с тебя возьмут деньги за то, что ты испортил». Но все эти правила понятны на уровне здравого смысла. Строго говоря, нет такой профессии «грузчик по переноске мешков» – любой человек, более или менее здоровый (а жизнь заставит – и нездоровый), может взвалить мешок на плечи и понести. И то, что обладающий большим навыком, пронесет этот мешок на сто метров, а не обладающий им – на пятьдесят, ничего принципиально не меняет.

Журналистика – безусловно, более сложная профессия, чем профессия грузчика. В журналистике, как и в ряде других профессий, безусловно, нужно что-то знать. Здесь нельзя действовать так просто: прийти и разгрузить машину с картошкой. Хотя многие в СМИ так и действуют. В то же время журналистика относится к тем профессиям, которые я называю *простыми*. В подтверждение я часто привожу такой пример: для того чтобы провести хирургическую операцию, тем более с успехом, нужно что-то уметь, нужно учиться. Хотя принято считать, что в медицине разбираются все, тем не менее, чтобы разрезать ткани тела, нужно знать, какой скальпель для этого взять, как края этих тканей закрепить, чтобы за время операции не вытекла вся кровь, нужно уметь проводить определенные манипуляции. Есть хорошие врачи, есть плохие врачи, но даже плохие врачи обладают этими знаниями и соответствующими навыками.

Еще более яркий пример, который я всегда привожу:

СОБРАВИШИСЬ ВМЕСТЕ, СОТНЯ ЖУРНАЛИСТОВ, СКОЛЬКО БЫ ОНИ НИ СИДЕЛИ, НИКОГДА НЕ СДЕЛАЮТ САМОЛЕТ, КОТОРЫЙ БУДЕТ ЛЕТАТЬ. СТО АВИА-КОНСТРУКТОРОВ, КОТОРЫЕ СОБЕРУТСЯ ВМЕСТЕ, ЧЕРЕЗ ГОД, А ТО И РАНЬШЕ, ВЫПУСТЯТ ГАЗЕТУ, И, НЕ ИСКЛЮЧАЮ, ОЧЕНЬ ХОРОШУЮ.

Это несколько не умаляет профессию журналиста, даже политического.

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА, МЕЖДУ ПРОЧИМ, – ЭТО ОПЕРАТИВНАЯ, КАЖДОДНЕВНО ОТПРАВЛЯЕМАЯ ПРИКЛАДНАЯ ПОЛИТОЛОГИЯ, ХОТЯ ЖУРНАЛИСТ НЕ ОБЯЗАТЕЛЬНО ОБЛАДАЕТ ПОЛИТОЛОГИЧЕСКИМИ ЗНАНИЯМИ КАК ТАКОВЫМИ.

Политические журналисты разбирают, анализируют политические события, а потом доносят свои мысли до аудитории, пытаясь воздействовать на политические субъекты и объекты. Именно поэтому это очень важная профессия.

Авиаконструкторы тоже важны. Без их работы была бы невозможна громадная часть системы коммуникаций – межконтинентальных, межгосударственных, а в больших странах и внутригосударственных. Тем не менее я рискну предположить, что, если бы профессии авиаконструктора не было, если бы самолет не был изобретен, мир бы изменился не сильно: отсутствие этого сектора коммуникаций было бы компенсировано каким-то другим. Предположим, что в этом случае летали бы во Владивосток на ракетах или поезда ходили бы гораздо быстрее. Но при отсутствии в мире журналистов и, соответственно, СМИ наш мир был бы совершенно иным.

Более того, мне кажется, что современного мира без журналистов просто не может быть по определению, ибо **СМИ ЕСТЬ СИСТЕМА ВЗАИМОСВЯЗИ ВСЕГО МИРА (ОБЩЕСТВА) И РАЗНЫХ СУБЪЕКТОВ И ОБЪЕКТОВ ВНУТРИ НЕГО ПО ПОВОДУ САМЫХ ВАЖНЫХ ДЛЯ ЭТОГО МИРА (ОБЩЕСТВА) ПРОБЛЕМ.**

Один из самых главных вопросов – вопрос о власти: кто будет нами управлять? – сейчас не решается без журналистики. Роль журналистики велика, когда речь идет о государствах: враждующих государствах; о государствах, находящихся в процессе развития; о государствах, сравнивающих себя друг с другом. Люди хотят жить лучше, в частности, и потому, что перед их глазами есть пример соседнего государства. Людям кажется, что если заменить их правителя, то они будут жить так же хорошо, как и соседи, хотя это не всегда получается. Но все подобные сравнения, то есть взаимосвязи, осуществляются сегодня посредством журналистики.

Журналистика – не такая уж древняя профессия, хотя и говорят, что она вторая древнейшая. Ей не более 350–400 лет (первая печатная газета, как утверждают историки, появилась в Вене в 1615 году), то есть, строго говоря, журналистика довольно молода – особенно если сравнивать с другими профессиями такой же важности – политикой, медициной, педагогикой, военной профессией, дипломатией и т. п.

В России, как известно, первая печатная газета возникла при Петре I в 1703 году, а впервые – в виде, выражаясь нынешним языком, служебного вестника (рукописного), при его отце, Алексее Михайловиче.

Большую часть своей истории человечество прожило без журналистики. Исторически это вполне очевидно (хотя людям кажется, что журналистика «существовала всегда»), но будет еще очевидней, если воспользоваться не вполне точным, но, как правило, синонимичным термину «журналистика» словосочетанием «средства массовой информации».

Никаких СМИ не было не то что в античные времена, но даже и гораздо позже, например, в Средние века и в эпоху Возрождения. Журналистика как профессия и СМИ как социальный институт только-только родились в эпоху Просвещения. Конечно, массовые коммуникации внутри общества осуществлялись и до этого – в основном путем межличностного общения. Владыки издавали указы и оглашали их публично с помощью вестников и глашатаев. Образованные люди вели друг с другом интенсивную переписку. А далее – народная молва, слухи, рассказы путешественников и купцов. Государственная власть и Церковь имели свои системы сбора и распространения необходимой им информации. Ну так эти системы существуют и ныне. Правда, нужно признать, что в античной Греции и древнем Риме, где публичная политика существовала, были первые журналисты, так, впрочем, не называвшиеся и, естественно, без своих изданий. Первыми журналистами, точнее *пражурналистами*, можно назвать античных ораторов, риторов, баснописцев и поэтов – сочинителей эпиграмм.

Массовая же информация, то есть непрерывно текущие сообщения в неискаженном по отношению к первоисточнику виде, доводящиеся до большинства населения (или, по крайней мере, до всех желающих), могла появиться как система только тогда, когда, во-первых, в ней возникла потребность у общества, а во-вторых, когда возникла соответствующая технологическая возможность – каждодневно выпускать недорогие в производстве (то есть доступные всем, массам), как бы сейчас выразились, носители информации. Ими стали печатные издания – газеты. То есть технологически журналистика смогла родиться только после того, как Гутенберг изобрел печатный станок (1450 год). Общественная потребность в ней возникла несколько ранее, в общем-то – с момента привлечения народа (масс) к избранию политической власти. В этом смысле, кстати, журналистика совершенно неотделима от публичной политики, ибо родилась как прямое следствие становления политических институтов буржуазной демократии.

ТАМ, ГДЕ ВЛАСТЬ СТАНОВИТСЯ ПУБЛИЧНОЙ, ПУСТЬ ДАЖЕ НАХОДЯСЬ В РУКАХ НЕМНОГИХ, НО ДЕЛЕГИРОВАННАЯ ЭТИМ НЕМНОГИМ ВОЛЕЮ МНОГИХ, ПОЯВЛЯЕТСЯ ЖУРНАЛИСТИКА.

В общем-то это XVIII век. Ибо то, что под видом журналистики было ранее, – не более чем технологически усовершенствованный способ общения образованной и властвующей публики (правлящего класса) внутри себя.

И фактически лишь в XIX веке (в России – определенно, на Западе несколько ранее) журналистика становится такой, какой мы ее знаем сегодня, то есть собственно журналистской. Появляются журналисты-профессионалы. Не писатели, философы и политики, которые посредством газет и журналов XVII–XVIII веков общались друг с другом, а *профессиональные собиратели и комментаторы информации о событиях, произошедших не с ними, и чужих, а не собственных идей и поступков.*

ЖУРНАЛИСТ – ЭТО ТОТ, КТО ПИШЕТ НЕ О ТОМ, ЧТО СЛУЧИЛОСЬ С НИМ, И ИЗЛАГАЕТ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ НЕ СВОИ МЫСЛИ, А ИДЕИ ТЕХ, ОТ КОГО ЗАВИСИТ ЖИЗНЬ ОБЩЕСТВА.

В этом смысле настоящий (профессиональный) журналист как бы максимально отчужден от жизни. Отсюда, кстати, и популярность в названиях англосаксонских газет (где, собственно, и родилась современная журналистика) таких слов, как «новости» [*news*], то есть просто сообщения, и «наблюдатель» (*observer*), то есть некто, следящий за происходящим со стороны.

История журналистики – не тема моего курса. Поэтому отмечу еще только две вехи. Первая половина XIX века – появление информационных агентств, специализирующихся только на сборе новостей и поставляющих эти новости потоком в разные издания (1835 год – «Гавас» во Франции, 1851-й – «Рейтер» в Англии). Именно в этот момент из газет и журналов как органов массовой коммуникации складывается *система* СМИ.

Вторая веха, после которой журналистика окончательно стала современной, той, какую мы имеем сегодня, это конечно же 50-е годы XX века – массовое внедрение *телевидения, то есть непрерывно длящегося потока доносимых до каждого желающего* (практически до всего общества) *текстовых и визуальных* (то есть наиболее убедительных) *сообщений.*

Политической же силой журналистика полномасштабно стала еще в XIX веке, ограничено будучи ею и до того, с момента своего рождения, лучшее доказательство чему – *государственная цензура*, возникавшая в каждой стране не по прихоти правителей, а как естественный первоначальный ответ на появление абсолютно нового политического института.

Наконец, *четвертой властью* в прямом политологическом, а не переносном смысле журналистика (точнее, система СМИ) стала в 60-х годах XX века – тогда, когда в Соеди-

ненных Штатах Америки с помощью телевидения стали целенаправленно влиять непосредственно на поведение избирателей во время выборов.

В XVIII веке российской журналистики фактически не существовало – это была игрушка, хоть и серьезная, часто политическая, образованного сословия. От начала XIX века к его концу русская журналистика сделала настолько гигантский шаг, что самый выдающийся и самый известный во всем мире русский журналист (и политик) Владимир Ульянов-Ленин правомочно провозгласил первым необходимым шагом в создании новой политической партии учреждение соответствующей этой партии по идеологии общероссийской политической газеты. И, кстати, добился успеха, что доказывает справедливость его слов. Актуальных и по сегодняшней день, чего не понимают современные российские политики, замороженные мощью телевидения и зацикленные на своем появлении на экране и на размещении нужных им, так называемых *заказных*, то есть проплаченных, статей в уже существующих изданиях.

Рождение и становление журналистики произошло достаточно недавно, но тем не менее все те связи, которые раньше, до изобретения печатного станка и возникновения журналистики, скрепляли мир, сейчас, по существу, заменены связями через систему СМИ. Само *общественное мнение отныне существует в двух ипостасях, часто довольно сильно расходящихся: в своем так сказать натуральном виде и в виде конструкции, сооруженной в СМИ с учетом натуры, но не совпадающей с ней.*

Вытеснение традиционных коммуникаций СМИ-коммуникациями влияет даже на экономическое благополучие населения: курс доллара на ММВБ определенным, хоть и весьма косвенным образом соотносится с курсом доллара на Нью-Йоркской бирже, но это соотношение может иметь место только тогда, когда идет постоянный обмен информацией – для рядовых граждан, для населения в целом этот обмен осуществляется только через СМИ. А политические процессы сейчас вообще немыслимы без участия журналистики.

В этом заключается второй парадокс журналистики:

ОЧЕНЬ ПРОСТАЯ ПРОФЕССИЯ ЗАНИМАЕТСЯ ОЧЕНЬ СЛОЖНЫМИ ПРОЦЕССАМИ И ОЧЕНЬ ЗНАЧИМА В ЖИЗНИ.

От поведения журналистов, людей, не обладающих никакой формальной властью, может зависеть исход важнейших политических событий. Приведу один пример из нашей недавней истории – пример, касающийся событий октября 1993 года.

Напомню: в ночь с 3 на 4 октября 1993 года в Москве начались захваты зданий сторонниками Верховного Совета РФ, в частности здания на Новом Арбате, которое называли Мэрией (хотя только два-три этажа в этом небоскребе принадлежали Московской мэрии), телекомплекса «Останкино» и т. д. В ночь с 3 на 4 октября в прямом эфире Российского телевидения выступали разные люди, но с одинаковыми мыслями по поводу происходящих событий. Поскольку Российское телевидение, особенно в тот период, было на стороне Ельцина, то все пришедшие говорили примерно так: «Да, это ужасно, Руцкой, Хасбулатов – фашисты, для борьбы с ними надо идти на любые меры, Белый дом нужно штурмовать». Эту позицию поддержало тогда большинство журналистов России – во всяком случае так это представлялось по публикациям в прессе и выступлениям на телевидении. И, как мы уже знаем, Ельцин на любые меры пошел. На следующее утро на улицы вокруг Белого дома были выведены танки, которые прямой наводкой расстреляли парламент. А если бы российские СМИ заняли другую позицию – изменился бы тогда ход событий? Почти наверняка – да.

Правда, в ту ночь в прямом эфире Российского телевидения выступило два-три человека, высказавших другое мнение, из которых особенно всем запомнился Александр Любимов. Он сказал то, чего не говорил до него ни один из присутствовавших, которые, в основном, клеймили Руцкого и Хасбулатова и восславляли Ельцина и Гайдара: происходит грязное

дело, я в этом не хочу участвовать, и всем нормальным людям, здравомыслящим, порядочным, приличным, я советую сейчас лечь спать. Это не цитата, но точное изложение смысла его слов. Александр Любимов сказал так, но это не было данью политическому плюрализму. Просто те, кто пропустил его в прямой эфир, не предполагали, что прозвучит такая точка зрения. Кстати, Александру Любимову эти «неправильные» высказывания припоминали очень долго. И именно те, кто числил себя самыми последовательными сторонниками свободы слова.

Конечно, в то время были СМИ, которые не придерживались однозначно отрицательной оценки действий Верховного Совета и однозначно положительной оценки действий Кремля. В частности, «Независимая газета» занимала такую позицию. Но телевидение давно уже гораздо эффективнее любой газеты.

Возможно, примеры инакомыслия в оперативной оценке событий сентября – октября 1993 года, прозвучавшие в разных СМИ, были не главным толчком для того, чтобы в дальнейшем не все проблемы в нашей стране решались на уровне стрельбы из танков друг по другу, но это был весьма существенный фактор воздействия на общество и особенно на политиков, фактор, направленный против того, чтобы они вели страну к гражданской войне. Собственно, в ту ночь мы и видели настоящую гражданскую войну в России. К счастью, она длилась несколько часов, а могла бы длиться и больше. Я считаю, что, если бы Александр Любимов не сказал то, что он сказал с экрана в ту ночь, вероятность того, что и далее события развивались бы по кровавому сценарию, была бы гораздо выше.

В этом проявляется значимость простой профессии журналиста. Что, собственно, сказал Любимов? Он сказал некие простые, банальные вещи. Нужно ли изучать политологию, чтобы сказать то, что сказал Любимов? Нет, абсолютно не нужно. Все произнесенное им было на уровне здравого смысла, даже слишком здравого, ибо никаких политических оценок он вообще не дал, более того – предложил гражданам отстраниться от политики в самый разгар политического кризиса. Но тем не менее значение сказанного оказалось очень велико, и в первую очередь – за счет магического воздействия телевидения. Если бы то же самое Любимов говорил на площади, на митинге – это вряд ли бы повлияло на что-либо.

В последние годы в России явно наблюдается повышенная политическая активность: был период частых смен правительства, постоянно идут предвыборные процессы, создаются разнообразные партии и межпартийные коалиции – каждый день что-то происходит. Как с этим работает политическая журналистика? Вот, например, в начале осени 1999 года Сергей Степашин сказал, что намерен баллотироваться в президенты. Степашин – известный политик, он действительно мог и теоретически, а при определенных обстоятельствах и практически стать президентом. По крайней мере, стать значимым кандидатом в президенты, поскольку для этого нужно было просто собрать миллион подписей, что было ему вполне по силам. Что должен был сделать журналист, узнав о решении Сергея Степашина?

Он должен был зафиксировать для зрителей, читателей, слушателей это высказывание, затем написать, кто такой Сергей Степашин, может быть, не очень подробно: Сергей Степашин – бывший премьер-министр, ныне (на тот период) заключивший союз с «Яблоком», заявил то-то и то-то. Можно было дополнительно взвесить его шансы: например, есть некие рейтинги, вычисляемые социологами. Можно было сравнить рейтинг Степашина с рейтингами Примакова, Лужкова, Зюганова, Явлинского, Путина и сказать, что его шансы не хуже, но и не лучше, чем у других, – он где-то посередине: допустим, существует 50 %-ная вероятность того, что он может пройти во второй тур. Но, с другой стороны, поддержит ли Кремль Степашина, захочет ли продвигать его? Ведь своей партии и своего административного ресурса у Степашина не было.

Тут можно было вспомнить президентские выборы 1996 года и сопоставить положение Степашина в начале осени 1999-го с тем, что Александр Лебедь со своим движением КРО

(Конгресс русских общин) проиграл думские выборы в декабре 1995 года, но потом олигархи вложили деньги, «раскрутили» его, и Лебедь занял третье место на президентских выборах 1996 года. Значит, если кто-то вложит деньги в Степашина, то его тоже, несмотря на его слабости, можно вывести на третье место, а то и на второе.

Все, что я сейчас сказал, представляет собой набросок журналистского текста – вроде бы политический анализ. На самом деле я перечислил вещи совершенно очевидные, которые очень легко достаются с книжных полок, из памяти, из предшествующих публикаций. Никакой высшей математики, казалось бы.

Но это лишь на первый взгляд все так просто. Одно из важнейших качеств журналистики как профессии, в том числе и политической журналистики, – ее непрерывность и постоянная зависимость от постоянно меняющихся событий. Для того чтобы создать самолет, авиаконструкторы не обязаны работать над ним круглые сутки. Если конструктор не будет думать о новом самолете в выходные или даже уйдет в отпуск, ничего не изменится. Позже он выйдет на работу, продолжит начатое и рано или поздно закончит проектирование. Журналистика – профессия постоянного процесса. Нашу работу можно сравнить с разливкой стали: началась – и уже нельзя прервать, нельзя сказать: «Рабочий день закончился, остальное мы выльем завтра». Завтра не получится, поскольку все застынет, нужно будет рушить всю печь и вкладывать колоссальные средства в ее восстановление. Журналистика – это непрерывный процесс, и поэтому простота написания отдельной статьи и оценки отдельного события – кажущиеся. Сегодняшняя (на момент сентября 1999 года) статья о Степашине являлась элементом постоянно изменяющихся событий и постоянно текущей ленты новостей, информации, комментариев. Вдруг появляется «Единство», вдруг Кремль начинает работать с СПС в противовес «Яблоку», с которым Степашин солидаризировался. Все – шансы Степашина резко упали, характер комментариев о нем изменился. Подготовленная было к печати интересная и фундаментальная (по журналистским меркам) статья устарела в два-три дня. Не конъюнктурность ли это журналистики? Нет. Это просто особая взаимосвязь между простой профессией и сложными процессами мира, которые представители этой профессии освещают и на которые они влияют.

Мне хотелось бы, чтобы тем, кто мои лекции читает или слушает, они в первую очередь помогли научиться трезво оценивать события, происходящие в этом мире, в частности события, связанные с журналистикой. Многим кажется, что журналист, сидящий в студии телевидения и вещающий на всю страну, – это человек, познавший все в этом мире, человек, для которого нет тайн: он всю ночь читал сотни умных книг, беседовал с десятками специалистов, а потом еще утром, уединившись, размышлял сам, и только после этого сказал нам нечто, чего мы не знали, – открыл нам глаза на правду. Нет, все гораздо проще и одновременно сложнее.

ЖУРНАЛИСТ – ЛИШЬ КОНЕЧНЫЙ ЭЛЕМЕНТ КОЛОССАЛЬНОЙ ИМПЕРИИ СОВРЕМЕННЫХ СМИ. ВСЯ ОНА СТОИТ ЗА ЕГО СПИНОЙ, МНОГОКРАТНО УСИЛИВАЯ ЭФФЕКТ ДАЖЕ САМЫХ БАНАЛЬНЫХ ЕГО СЛОВ.

Нам нужно видеть, что реально происходит, нужно понимать, почему данный журналист, данный телеканал, данная газета сегодня говорят так, а вчера говорили иначе. Нужно предчувствовать, что они будут говорить завтра. Нужно уметь *анализировать сам политический анализ*, постоянно творимый СМИ. Такой подход помогает ориентироваться в мире, помогает понимать, где ты живешь. Он помогает не попасть в зависимость от мира виртуального, созданного журналистикой и политикой, во многом совпадающего с миром реальным, но в то же самое время во многом отличного от него.

Итак, первая задача моего курса – проникнуть нашим анализом в глубь журналистики, взглянуть более трезвыми глазами на создаваемую ею картину мира. Вторая задача – научить

вас плавать в море информации, научить самим функционировать по правилам политической журналистской корпорации, но своим особым образом – лучше, чем другие. Вот цели, которые я ставлю. Если их достичь, то можно работать на любом телевизионном канале, в любой газете и при этом преуспеть в журналистике, следовательно, приобрести славу, деньги и влияние в этом мире, если кто-то к этому равнодушен. И следующее: достигнув этих целей (не славы, денег и влияния, а того, о чем я сказал выше), можно просто поумнеть, ибо станут видны некоторые дополнительные механизмы функционирования нашего политического мира, включающего и журналистику. Можно приобрести новые ориентиры, можно понять, где правда незаметно сменяется ложью, где это происходит непреднамеренно, а где – по умыслу.

Овладев азами журналистики как догматики и профессии, можно научиться извлекать позитивное знание из любого, даже самого недоброкачественного журналистского продукта.

Одновременно можно научиться создавать сам этот продукт, в том числе, если есть еще и талант, продукт, гораздо более качественный, чем у других.

Итак, напомним в заключение два парадокса современной журналистики, из которых первый является сущностным, а потому основным, а второй – технологическим, ибо

СЕГОДНЯШНЯЯ ЖУРНАЛИСТИКА ВНЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ СОВРЕМЕННЫХ СМИ В МАССЕ СВОЕЙ ЕСТЬ НАБОР БАНАЛЬНОСТЕЙ И КОСНОЯЗЫЧИЯ.

Основной парадокс: служа народу, журналистика обслуживает власть. Второй парадокс: простое занимается сложным и мощно на сложное влияет.

Кто-то из политиков сказал: с помощью журналистики можно очень многого достичь, если ее вовремя бросить. В этом есть часть правды, хотя, например, в России из журналистов (кроме Ленина) не вышло ни одного удачливого политика. Впрочем, даже если совет хорош, прежде чем им воспользоваться и бросать журналистику, сначала ей нужно овладеть. К этому мы и приступим – в следующей лекции. Тем более что овладевать-то собственно нечем. Настолько профессия журналиста, как я уже не раз отмечал, проста.

Лекция 3

Что это за профессия – журналист

Я очень люблю свою профессию, считаю ее крайне важной, даже одной из важнейших в современном мире – впрочем, она является таковой и безотносительно того, что я считаю.

Однако все это не означает, что журналистику нужно усложнять, романтизировать или драматизировать.

ЖУРНАЛИСТИКА – ЭТО ОЧЕНЬ ПРОСТАЯ ПРОФЕССИЯ.

По сути она не более чем ремесло, сходное с ремеслом уже упоминавшегося мною дворника или, если кто-то хочет взять журналистику почти во всей ее сложности, с ремеслом гончара.

В самом деле, давайте вначале четко определим, в чем, собственно, состоит труд журналиста. Точный ответ на этот вопрос следующий: *журналист должен узнать о некоем событии (например, о государственном перевороте или о драке в булочной) и более или менее связно (иначе говоря: грамотно) пересказать то, что он узнал, другим.*

Нужны ли для этого особые знания? Нет. Любой связно говорящий и относительно наблюдательный человек может пересказать (или описать на бумаге) то, что произошло при драке в булочной (государственный переворот – совершенно сходное по сюжету событие, только имеющее куда большее общественное значение).

Нужно ли специально обучаться тому, чтобы пересказывать случившееся? Нет. Конечно, есть косноязычные, неграмотные или не наблюдательные (не улавливающие суть событий или, наоборот, детали) люди. Но, во-первых, таких достаточно и среди журналистов. А во-вторых – и это главное, – качества неплохого рассказчика являются довольно распространенными и уж точно никак не связаны с необходимостью получения какого-то специального образования или овладением какими-то особыми знаниями.

В булочной случилась драка. Сам журналист в ней не участвовал (то есть даже в этом он банальнее рядовых граждан, подравшихся из-за батона хлеба). Он просто узнал о драке, приехал на место события, когда само событие в своей решающей фазе уже завершилось. Поговорил со случайными свидетелями драки, возможно, с кем-то из ее участников, может быть – со специалистом по событиям данного типа, то есть с милиционером. Далее журналист записал то, что узнал, на бумаге (и бумагу, и ручку изобрели не журналисты), позвонил по телефону в редакцию (телефон изобрели тоже не журналисты). В редакции заметки журналиста набрали на компьютере (не журналистское изобретение) и подверстали в готовящийся номер газеты, отправленный затем в типографию. И типографское оборудование (а также радио, телевидение и Интернет) изобрели и произвели не журналисты.

В чем же сложность работы журналиста?

Когда вы, обычный гражданин, читатель газет и зритель телепрограмм, благоговеющий перед известными и неизвестными журналистами, приходите домой и рассказываете жене, какую драку вы увидели в булочной, вы делаете абсолютно то же самое, что делают эти знаменитые журналисты.

Но вам и в голову не придет назвать себя журналистом. Этого никогда не сделает ваша жена, которая к тому же и сама регулярно рассказывает вам, что случилось у нее на работе. Словом, ни вы, ни ваша жена не называете себя журналистами. Кроме того, вам не платят денег за то, что вы делаете абсолютно то же самое, что делают журналисты. А им платят.

«Но ведь журналисты не только рассказывают о событиях, они еще и комментируют их, то есть вписывают в контекст других событий, и анализируют!» – возразит мне блюститель журналистской исключительности.

«Ну и что из этого?» – отвечу я. Когда 19 августа 1991 года в СССР произошел государственный переворот, разве миллионы, десятки миллионов людей не обсуждали этого, не комментировали друг для друга случившееся, не анализировали ход событий, не прогнозировали их развитие? Обсуждали, анализировали, прогнозировали.

То есть занимались тем же, чем и журналисты, а многие даже лучше журналистов, не становясь таковыми. В чем же отличие? Где оно?

Отличие, конечно, есть. И я о нем скажу. Но это отличие отнюдь не в качестве анализа и даже не в знании деталей: 19 августа 1991 года все, и журналисты, и не журналисты, знали о главном событии примерно одно и то же.

Пока я фиксирую главное в технологии журналистского труда как простого: узнал – пересказал, добавив пару-тройку субъективных (чаще всего) оценок. Ничего сложного. Никакой романтики. Никакого героизма.

ТРУД ЖУРНАЛИСТА НАСТОЛЬКО ПРОСТ, ДАЖЕ ПРИМИТИВЕН, ЧТО И ОСОБОЙ ПРОФЕССИЕЙ-ТО НАЗВАТЬ ЕГО НЕЛЬЗЯ: В КАЖДОМ КОЛЛЕКТИВЕ, В КАЖДОМ МНОГОКВАРТИРНОМ ДОМЕ ВСЕГДА ЕСТЬ ДВА-ТРИ ЧЕЛОВЕКА, КОТОРЫЕ ОБО ВСЕМ УЗНАЮТ РАНЬШЕ ДРУГИХ И ОХОТНО РАССКАЗЫВАЮТ ОБ ЭТОМ КОЛЛЕГАМ И СОСЕДЯМ. В ХУДШЕМ СЛУЧАЕ ИХ НАЗЫВАЮТ СПЛЕТНИКАМИ, В ЛУЧШЕМ – ЛЮДЬМИ, КОТОРЫЕ ВСЕГДА В КУРСЕ СЛУЧИВШЕГОСЯ. НО НИКАК НЕ ЖУРНАЛИСТАМИ.

В тот же день, 19 августа 1991 года, десятки миллионов людей в стране понимали, что произошел государственный переворот. И, по крайней мере, миллионы именно этими словами случившееся и характеризовали. Случившееся уже было фактом общественного сознания и даже политики, но не было еще фактом журналистики.

Однако когда на дневной пресс-конференции членов ГКЧП тогдашняя корреспондентка «Независимой газеты» Татьяна Малкина задала в переполненном зале и под прямую телетрансляцию Геннадия Янаеву вопрос: «Понимаете ли вы, что сегодня ночью совершили государственный переворот?» – вот тогда и родился (для данного события) феномен журналистики. К просто любознательности или к простому выражению своего мнения гражданкой Малкиной ТА добавилось всего два, но крайне значимых фактора:

- публичность;
- принадлежность Малкиной ТА к официально признаваемой обществом и властью (то есть законом) системе СМИ.

ПУБЛИЧНОСТЬ ЕСТЬ ТО, ЧТО ДЕЛАЕТ ПРОФЕССИЮ ЖУРНАЛИСТА ОБЩЕСТВЕННО ЗНАЧИМОЙ.

Вы можете сколько угодно рассказывать своей жене, что не любите президента Путина. Это остается вашим личным делом, имеющим какой-то общественный вес только в том случае, если таких же, как вы, очень много. Но даже если вы все выйдете на улицу под лозунгами «Мы не любим президента Путина!», фактом журналистики (но не фактом для журналистики) это не станет.

ЖУРНАЛИСТОМ ЯВЛЯЕТСЯ ТОТ, КОГО ОБЩЕСТВО И ЗАКОН ТАКОВЫМ ПРИЗНАЮТ, ОСНОВЫВАЯСЬ, КАК ПРАВИЛО, НА ПРОСТОМ КРИТЕРИИ: ДАННЫЙ ЧЕЛОВЕК РАБОТАЕТ В СИСТЕМЕ СМИ.

Публичны ведь и артисты, которые часто говорят то же самое, что и журналисты, и эксперты-политологи, и политики. Но все они не журналисты, ибо их мнение, даже самое авторитетное, даже отражающее взгляды многих людей, по сути остается частным мнением.

ОБЩЕСТВО И ЗАКОН ПРИЗНАЮТ ЗА ЖУРНАЛИСТАМИ, ТОЧНЕЕ ЗА ЖУРНАЛИСТИКОЙ В ЦЕЛОМ, ПРАВО ГОВОРИТЬ ОТ ИМЕНИ ОБЩЕСТВА.

Более ни за кем конкретно, кроме как за главой государства (в демократическом обществе и демократически избранного). Но президент – профессия уникальная. Президент – один, а журналистов – много. Их больше, кстати, чем политиков, за которыми признается право говорить от имени партий, которые они представляют, или от имени общественно-значимых групп, но опять же не от имени всего общества.

Следствием этого является возникновение феномена *ответственности* журналиста за то, что он делает и особенно говорит или пишет, занимаясь своей работой.

ОБЩЕСТВО ПРИЗНАЕТ ЗА ЖУРНАЛИСТАМИ ПРАВО ГОВОРИТЬ ОТ ЕГО, ОБЩЕСТВА, ИМЕНИ, А ВЗАМЕН ТРЕБУЕТ ИЛИ, ПО КРАЙНЕЙ МЕРЕ, ПРЕДПОЛАГАЕТ, ЧТО ЖУРНАЛИСТЫ БУДУТ РАСПОРЯЖАТЬСЯ ЭТИМ ПРАВОМ ОТВЕТСТВЕННО, ТО ЕСТЬ: НЕ ЛГАТЬ, ТОЧНО ИЗЛАГАТЬ ФАКТЫ, СОРАЗМЕРЯТЬ ОБЩЕСТВЕННУЮ ЗНАЧИМОСТЬ СОБЫТИЯ С ТЕМ, КАК ЕГО ПОДАЮТ В СМИ, И Т. П.

Этим журналист тоже отличается от всегда находящегося в курсе происходящего и умело пересказывающего случившееся просто человека – нежурналиста. Сколь бы точен (или, напротив, неточен) он ни был, никто не может его в чем-либо упрекнуть – разве что в личном плане. Вступая же в корпорацию журналистов (проще говоря, начиная работать в каком-либо официально зарегистрированном СМИ), журналист, не произнося и не подписывая никакой присяги, тем не менее фактически берет на себя обязательство *говорить правду, только правду и ничего, кроме правды* (иной вариант: *правду, всю правду и ничего, кроме правды*). Как свидетель в суде под присягой. Поэтому ЖУРНАЛИСТОВ МОЖНО НАЗВАТЬ ПРИСЯЖНЫМИ ПОВЕРЕННЫМИ ОБЩЕСТВА.

Писаного общественного договора на сей счет нет (хотя кое-что в кое-каких законах содержится, но законы, как правило, лишь в малой степени регулируют профессиональную деятельность журналистов), а вот неписанный, однако подразумеваемый – существует. Конечно, журналисты постоянно его нарушают. Реакция общества на это может быть разной: от (изредка) судебных процессов (там, где есть зацепки в законах) до падения доверия к тому или иному СМИ или к СМИ, прессе, журналистам в целом. Однако даже такое падение доверия, выражающееся в известных и довольно распространенных формулах «пресса всегда врет», «газетам верить нельзя», «телевидение – это большая ложь» и т. п. (суммарно и породивших афоризм о «второй древнейшей профессии»), не отменяет фундаментальной веры общества в то, что пишут и сообщают СМИ.

Понятно, почему это происходит. Во-первых, *раз прессе доверено быть гласом общества, то не верить ей значит не верить себе*. Во-вторых, пресса (в демократическом обществе) есть социальный институт, созданный (о чем особенно любят напоминать журналисты) для наблюдения за поведением политиков и вообще сильных мира сего. В этом смысле ей тоже нельзя не верить (если не ей, то кому же?). Наконец, из общественных институтов только еще Церковь (да и то не во всех странах) имеет статус *независимости* от власти или групп, претендующих на власть. Поэтому, как это ни парадоксально, пресса является еще и как бы официальным блюстителем если и не общественной, то, по крайней мере, политической морали. Общество верит журналистам.

Все сказанное концентрируется в очередной максиме журналистики.

ЖУРНАЛИСТ ОБЩЕСТВЕННО, А ПОРОЙ (НО РЕДКО) И ЮРИДИЧЕСКИ ОТВЕТСТВЕН ЗА СВОИ ДЕЙСТВИЯ И СЛОВА.

Теперь пойдем дальше.

ЖУРНАЛИСТИКА – МАССОВАЯ ПРОФЕССИЯ, ОТДЕЛЬНО ВЗЯТОГО ЖУРНАЛИСТА НЕ СУЩЕСТВУЕТ.

В стране (более или менее крупной) не может быть десяти журналистов. Их должно быть несколько тысяч, десятков тысяч, сотен тысяч. Именно этому легиону дается право называться журналистами. То есть журналистика по определению массовая профессия. И, как и всякая массовая профессия, не может быть сложной. Она проста. Это – ремесло, а не наука и не искусство.

Еще раз вернусь к своему любимому примеру.

Сто журналистов, проработав вместе год, никогда не создадут самолет, который сможет летать. Сто авиаконструкторов за год легко создадут газету, и, возможно, даже очень неплохую.

Чтобы изобретать и строить самолеты, нужно учиться, а чтобы писать в газеты и делать телевизионные репортажи, учиться в принципе не надо. Нужно лишь быть более или менее грамотным человеком.

Конечно, проблема таланта не чужда журналистике, хотя это и массовая профессия. Об этом я тоже расскажу в соответствующем месте. Но талант – это одно, а простота профессии – другое.

Все сказанное несколько не умаляет ни труда журналиста, ни исключительной (особенно сегодня) важности этой профессии. Ведь к разряду простых профессий относятся и такие вполне почетные и уважаемые (а порой даже вызывающие восхищение), как писатель, политик, артист, проститутка. Кстати, все они публичны, как и журналистика.

В заключение этой лекции сформулирую еще одну чрезвычайно важную максиму, к которой в нужном месте и в нужное время непременно вернусь.

ЖУРНАЛИСТИКА – ПРОФЕССИЯ НЕ ДЛЯ ГЕНИЕВ.

Сейчас, несколько загодя, я фиксирую эту максиму по двум причинам.

Во-первых, чтобы позолотить пиллюлю, я упомянул в ряду простых профессий вместе с журналистикой писательство, актерство и политику. Так вот, чтобы уж совсем не осталось иллюзий: имеются гениальные писатели, наличествуют гениальные актеры, были гениальные политики (я говорю «были», поскольку сейчас эта профессия в силу ряда обстоятельств, прежде всего – в силу той же массовости, чего не было прежде, в недемократических обществах, тоже, кажется, перестала быть прибежищем для гениев). Но гениальных журналистов нет по определению. Ибо эта профессия сразу же родилась как массовая и к тому же (подробнее об этом ниже) конвейерная. А у конвейера гениям не место.

Вторая причина, по которой я выдвинул эту шокирующую, на первый взгляд, максиму в самом начале курса, состоит в том, что синдром одержимости гениальностью в современной русской журналистике стал, по моим наблюдениям, достигать масштабов эпидемии.

Лично я своим журналистам всегда говорил, возможно, кого-то разочаровывая, а кого-то и отталкивая: чувствуешь себя гением – уходи из газеты. Лучше всего в писатели, на худой конец – на телевидение. Ибо там, по меткому замечанию шекспировского могильщика, все такие, как в Англии, – все сумасшедшие.

Завершая эту лекцию, выражу уверенность в том, что, познакомившись с последними изложенными мною утверждениями, все те, кто верит либо в свою гениальность, либо в особо изысканную сложность журналистского труда, уже бросили читать эту книгу. И теперь можно перейти к разговору о чрезвычайной, абсолютно исключительной важности журналистики в системе профессий современной цивилизации. Следующая лекция будет посвящена именно этому.

Но чтобы быть до конца честным, должен признать в заключение, да вдохновит это влюбленных в журналистику, что с помощью этой профессии сегодня можно стать очень влиятельным и/или чрезвычайно знаменитым человеком. Пусть это будет утешением тем,

кто готов пожертвовать своей гениальностью или мечтами об удивительно романтической и изысканной профессии журналиста ради работы в современных СМИ.

Лекция 4

Общая теория современной журналистики. главные и дополнительные функции журналистики

Итак, профессия журналиста чрезвычайно проста, но одновременно крайне значима в современном (демократическом) обществе. В этом есть, как я отмечал, известный парадокс, но нет особой исключительности (эксклюзивности, на жаргоне нынешних СМИ). Например, профессия политика не сложнее. Что должны уметь политики? В принципе, только одно – говорить на митинге, в парламенте, на пресс-конференции, особенно перед телекамерами банальные вещи (а иное для политики противопоказано, иное говорят политологи), но так, чтобы в глазах аудитории это выглядело откровением. Однако без класса профессиональных политиков (вождей народа, по-гречески – демагогов) не существует современного общества и современного государства.

То же и журналисты. Их главная задача (помимо сообщения новостей) – писать и говорить банальности в момент, когда эти банальности более всего похожи на откровения.

Это утверждение я рискну назвать первой из выведенных мною *золотых максим* журналистики. Стоит вдуматься в нее, как вы получите не развернутый во всей полноте, но все-таки универсальный рецепт того, как нужно писать журналистские тексты.

Пока я говорю о задаче журналистов скорее в технологическом, чем в сущностном аспекте. Но, кстати, самом важном технологическом аспекте, высшем технологическом. Учиться игре перевода банальности в откровение бесполезно. Ты либо это умеешь, либо нет.

Если кому-то недостаточно уже приведенных доказательств простоты, примитивности журналистского труда, то дам совершенно обезоруживающий пример, причем взятый из реальной жизни, то есть из практики, которая, по Марксову определению, является лучшим критерием истины. И это – верное определение.

В годы гласности, перестройки и дальнейших полуудачных демократических реформ, когда новые СМИ возникали буквально как грибы после дождя, в журналистику хлынул поток (потоп?) неофитов, а по-русски говоря (правда, используя все равно не русское слово) – профанов. Все они учились понемногу, чему-нибудь и как-нибудь. А часто – и вообще ничему. И тем не менее именно эти профаны составили основу когорты современных журналистов России, многие из них стали знаменитейшими людьми страны. Конечно, профессиональное образование никогда не служило помехой успеху на журналистском поприще, но не определяло его. И все же чаще всего известными журналистами становятся не выпускники факультетов журналистики. Среди самых известных тележурналистов России (а кто известнее их? – разве что поп-звезды) я знаю только одного «птенца гнезда» журфака, то есть человека, который профессионально обучался журналистике.

Это – норма, а не исключение. Что, однако, не означает, что в журналистике совсем уж ничего нет от науки. Просто нет науки с названием *журналистика*, а вот *от науки* в журналистике кое-что есть. То, что такой науки нет, я говорю ответственно – как профессор журналистики трех университетов. Строго говоря, эту дисциплину я определил бы так: *теория современной журналистики есть раздел современной практической политологии, имеющий некоторые научные основы в психологии масс, в социологии и политике (как науке)*. Итак, самой науки журналистики нет, но кое-что от науки в журналистике, безусловно, есть. И это – в первую очередь – определение реальных, а не мифических функций, выполняемых журналистикой в современном мире. Имеется также более или менее кодифицированное описание журналистских жанров (в соответствии с критериями дифференциации текстов, создаваемых в СМИ), а также недлинный перечень навыков (приемов) журналистского ремесла.

Жанрами можно распоряжаться бездарно, навыками владеть – крайне слабо и ограниченно, и при этом оставаться журналистом. Более того – некоторым удастся (в силу специфики системы современных СМИ, системы, сходной с рекламной и поп-индустрией), ограниченно владея и тем, и другим, становиться влиятельными, авторитетными и знаменитыми журналистами.

Но нельзя, будучи журналистом, талантливым или бездарным, знаменитым или безвестным, не выполнять в своей повседневной конвейерной деятельности пять основных (главных) функций современной журналистики. Причем выполнять их приходится все одновременно, а не по собственному выбору, вне зависимости от того, что ты хочешь, а чего не хочешь делать.

На основе собственных представлений о роли журналистики в современном (демократическом) обществе, а также опыта работы в российских СМИ и постоянных контактов с представителями СМИ зарубежных, я совершенно категорически утверждаю, что

ЖУРНАЛИСТИКА ВЫПОЛНЯЕТ СЕГОДНЯ ПЯТЬ ОБЩЕСТВЕННО ЗНАЧИМЫХ ФУНКЦИЙ:

- ПЕРЕДАЧА ИНФОРМАЦИИ О ПРОИСХОДЯЩЕМ В МИРЕ (ИЛИ ЕГО ОТДЕЛЬНЫХ ЧАСТЯХ) – ИНФОРМАЦИОННАЯ ФУНКЦИЯ;
- ОБЪЕДИНЕНИЕ ОБЩЕСТВА (ИЛИ СИСТЕМЫ ОБЩЕСТВ И ГОСУДАРСТВ) В ЕДИНОЕ ЦЕЛОЕ – КОММУНИКАТИВНО-ИНТЕГРАЦИОННАЯ ФУНКЦИЯ;
- ПРОВОЗГЛАШЕНИЕ (ДЕКЛАРАЦИЯ) ИНТЕРЕСОВ ОБЩЕСТВА ПЕРЕД ТЕМИ, КТО ЭТИМ ОБЩЕСТВОМ УПРАВЛЯЕТ, ТО ЕСТЬ ЧАЩЕ ВСЕГО ПЕРЕД ТЕМ, ЧТО В ОБЫДЕННОСТИ НАЗЫВАЕТСЯ ВЛАСТЬЮ, – ФУНКЦИЯ VOX POPULI (ГЛАСА НАРОДА);
- УПРАВЛЕНИЕ (ВПЛОТЬ ДО МАНИПУЛИРОВАНИЯ) ПОВЕДЕНИЕМ И ИНСТИНКТАМИ ОБЩЕСТВА (МАСС НАСЕЛЕНИЯ) СО СТОРОНЫ ВЛАСТЬ ИМУЩИХ, ПРАВЯЩЕГО КЛАССА, ГОСУДАРСТВА – ПОЛИТИЧЕСКАЯ ФУНКЦИЯ;
- ВОСПИТАНИЕ И ОТЧАСТИ ОБРАЗОВАНИЕ ПОДРАСТАЮЩИХ И УЖЕ ВЗРОСЛЫХ ПОКОЛЕНИЙ – ФУНКЦИЯ СОЦИАЛИЗАЦИИ ЛЮДЕЙ.

У современной журналистики существуют еще две дополнительных функции. Одна из них (шестая), скорее всего дополнительной и останется, а вот другая (седьмая), кажется, скоро встанет, если уже не встала, что печально, в ряд основных.

Отличие шестой функции от первых пяти состоит в том, что она реализуется в основном непроизвольно, как бы по ходу дела, без специально активного, что мы, безусловно, имеем в первых пяти случаях, участия самих журналистов. Это функция, которую самый известный русский журналист Владимир Ульянов-Ленин называл главной, вкладывая, впрочем, в свое определение близкий, но несколько иной, чем я, смысл. Ленин говорил, что «основное дело публицистов (то есть журналистов. – В.Т.) – писать историю современности». Я называю эту шестую, актуальную лишь в более или менее отдаленной перспективе, важную для будущего, а не для настоящего (ибо журналистика в основном сиюминутна: даже когда она работает с историческим материалом, то в основном использует его в интересах злобы сегодняшнего дня), историографической функцией.

В самом деле, как только появились газеты, а затем кинохроника и телевидение, история человечества стала создаваться, изучаться и писаться во многом именно на основе того, что фиксируют СМИ.

Влияние журналистики на сотворение писаной истории – отдельная и очень интересная тема, но она безусловно выходит за рамки моего курса теории и практики текущей, актуальной журналистики. Поэтому я оставляю анализ этой проблемы другим.

Седьмая (дополнительная) функция журналистики – развлекательная. Я не буду останавливаться на ней в данной лекции, но в ряде последующих непременно коснусь, ибо уж слишком заметно она начинает влиять не только на формы, но и на само содержание современной журналистики.

Возвращаясь к пяти основным функциям, сразу замечу, что к ценностям, о которых так любят говорить сами журналисты, описывая свою работу, а именно к *демократии* и *свободе слова и информации*, имеют непосредственное отношение лишь первая (неизбежно, то есть объективно) и третья (более целенаправленно, то есть субъективно) функции современной журналистики – меньшая их часть.

Вторая функция (коммуникативная или, точнее говоря, интеграционная) обеспечивает всего лишь единство общества, его целостность, причем совсем не обязательно на основе демократии. Пятая функция, в исполнении которой система СМИ все больше и больше вытесняет традиции, семейное и школьное образование и особенно воспитание, а также религию, вообще нейтральна по отношению к таким категориям, как «демократия» и «свобода слова».

Четвертая же функция (управление обществом сверху) антидемократична по своей природе, хотя и может проявляться в демократических по преимуществу или по целям управления формах.

Повторюсь, ибо это принципиально:

работая в современных СМИ, нельзя заниматься отправлением по собственному желанию какой-то одной из функций (наиболее приятной, благородной или демократической) – это вне власти журналиста.

Он может быть лишь менее активным (или заметным) на одних направлениях и более – на других. И в этом – весь его свободный маневр, весь его свободный выбор.

Система современных СМИ слишком совершенна, слишком развита, слишком разветвлена и слишком укоренена в обществе (и власти), слишком, словом, системна, чтобы даже теоретически позволять не то что самой себе в целом, но и отдельным своим элементам (в том числе и персональным) действовать внесистемно.

Генезис современной системы СМИ (не как технологии, а как сущности) состоит в стадийном наращивании вышеозначенных функций.

Журналистика родилась как способ удовлетворять информационные (новостные) запросы все усложняющегося общества. И эта функция журналистики, *во-первых*, первородна, то есть институциональна, и первична; *во-вторых* – эксклюзивна.

Эксклюзивность первой функции журналистики состоит в том, что остальные четыре главные функции исполняются в обществе не только СМИ, но и другими коммуникативными, властными (политическими), экономическими и иными системами, которые журналистика отчасти дополняет, отчасти даже теснит. Без передачи новостей (сообщений о происходящих событиях) журналистики как общественного и профессионального института нет. Но уже давно (с шестидесятых годов XX века определенно) журналистика не исчерпывается и в какой-то степени даже не определяется исполнением одной этой (казалось бы, главной) функции.

Коммуникативная (интеграционная) и управленческая (политическая) функции дополнили первичную, базисную, институциональную функцию журналистской деятельности сразу же, как только к информационной миссии журналистики незаметно (но в рамках запад-

ной модели демократии) добавилась представительная миссия – функция выражения воли (точнее – мнения) народа. И иного быть не могло. Демократия построена так, что народ избирает власть, но управляется ею в сроки, определенные датой следующих выборов. Если бы журналистика (как глас народа) имела неограниченную (ничем не лимитированную) возможность влиять на власть в промежутках между выборами, вся система демократии обесмыслилась бы, ибо мандат, полученный в день голосования, перестал бы что-либо значить.

В самом деле, какой смысл побеждать на выборах, если через два дня после них все газеты (то есть народ) скажут: он плохой президент, следовательно, его власть должна быть ограничена или даже ликвидирована. В значительной степени именно

ДЛЯ ТОГО ЧТОБЫ С ПОМОЩЬЮ ПРЕССЫ КАЖДЫЙ ДЕНЬ НЕ СОВЕРШАЛИСЬ ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПЕРЕВОРОТЫ ИЛИ, ПО КРАЙНЕЙ МЕРЕ, ИЗБРАННЫЕ НАРОДОМ ВЛАСТИТЕЛИ НЕ ТЕРЯЛИ СВОБОДУ ДЕЙСТВИЙ, ПОЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА И ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО ДОСТИГЛИ ЕСТЕСТВЕННЫМ ПУТЕМ (ЧТО НЕ ИСКЛЮЧАЕТ ИЗВРАЩЕНИЙ И ЗЛОУПОТРЕБЛЕНИЙ В ЭТОЙ СФЕРЕ) НЕГЛАСНОГО КОНСЕНСУСА ОТНОСИТЕЛЬНО ДВУХ ВЕЩЕЙ:

- ВЛАСТЬ МОЖЕТ ИГНОРИРОВАТЬ МНЕНИЕ ПРЕССЫ;
- ВЛАСТЬ МОЖЕТ (В РАМКАХ ТАК НАЗЫВАЕМЫХ ДЕМОКРАТИЧЕСКИХ ПРОЦЕДУР, ПОЛИТКОРРЕКТНОСТИ, ЗДРАВОВОГО СМЫСЛА И СОБЛЮДЕНИЯ ВЫСШИХ НАЦИОНАЛЬНЫХ ИНТЕРЕСОВ) ВЛИЯТЬ НА ПРЕССУ И ДАЖЕ УПРАВЛЯТЬ ОБЩЕСТВОМ ЧЕРЕЗ СМИ (В ТОМ ЧИСЛЕ И ЧЕРЕЗ ТАК НАЗЫВАЕМЫЕ СВОБОДНЫЕ СМИ).

Сходным образом происходило и уравнивание опасностей, приносимых свободой печати. Сначала появилась цензура, а затем, по мере роста и развития демократических институтов, взамен отмененного института цензуры возникли и постепенно нарастили свою роль интеграционная и воспитательная функции СМИ.

Свобода слова и печати, плюрализм мнений и оглашаемых точек зрения привели к тому, что в силу ряда обстоятельств (в том числе и моды), часто весьма искусственных, наиболее громко стали звучать экзотические, маргинальные, экстремальные, дезинтеграционные и даже деструктивные мнения. Общественное внимание сосредоточивалось вокруг них, что многократно, не пропорционально их значимости, а тем более истинности, усиливало эффект воздействия таких мнений на текущую политику и жизнь общества в целом.

Свобода прессы, плюрализм мнений могли привести, таким образом, к распаду общества или государства (что, кстати, мы отчетливо наблюдали в истории распада СССР с 1987 по 1991 год). Баланс интересов был восстановлен постепенной, очень незаметной, но тем не менее отчетливой кристаллизацией интеграционной функции СМИ. Причем в своих крайних проявлениях (в связи, как правило, с реальной опасностью распада того или иного общества или государства) это приводило даже к огосударствлению (прямому или косвенному) ряда ключевых СМИ или введению элементов цензуры – например, во время ведения государством военных действий.

Воспитательная функция СМИ – тема отдельного разговора, достаточно далекого от журналистики в ее первородном смысле. Появление этой функции связано как с определенными политическими процессами, так и (даже в большей степени) с информатизацией и глобализацией общества и систем образования, а также с развитием телеиндустрии развлечений и поп-бизнеса.

Последнее – очень серьезная проблема, ибо именно телевидение, столь сильно расширив горизонты обыденного общественного сознания и знания, еще сильнее оглушает и опошляет это сознание и даже знание. Тележурналисты, особенно те, что работают в сфере поп-бизнеса, – полноценные участники этого процесса, хотя и бегущие от ответственности

за то, что делают. Впрочем, и журналисты печатных СМИ здесь далеко не безгрешны – по крайней мере, в последнее время, когда главным, а порой и единственным доказательством известности журналиста становится, как правило, упоминание его имени по телевидению. Впрочем, о взаимоотношениях печатных и экранных СМИ я еще скажу отдельно.

А пока зафиксирую еще одну максиму журналистики: ПОДДЕРЖАНИЕ СВОБОДЫ СЛОВА И СВОБОДЫ ИНФОРМАЦИИ НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЕДИНСТВЕННОЙ ЦЕЛЬЮ СОВРЕМЕННЫХ СМИ, ПРИЧЕМ ОГРАНИЧИТЕЛИ ЭТИХ СВОБОД ЛЕЖАТ СЕГОДНЯ НЕ ТОЛЬКО ВНЕ СМИ, НО И В НИХ САМИХ.

Последнее утверждение столь важно и столь противоречит устоявшимся мифам и стереотипам, что я вынужден сказать еще несколько слов в обоснование его истинности.

В расхожем политическом сознании (по крайней мере, в России) понятие «демократия» трактуется как *власть народа*. Между тем даже в большинстве конституций вполне демократических стран, включая и Россию, давно уже не утверждается, что «власть принадлежит народу». Это – античное понимание демократии греческого полиса, то есть такого государства, где, в частности в силу его небольших размеров, каждый гражданин (а это, кстати, даже не все жители полиса) был членом народного собрания (античного парламента). И, соответственно, мог непосредственно участвовать не только в обсуждении всех вопросов жизни полиса, но и голосовать по всем этим вопросам лично. Но то, что возможно для государства с числом граждан в 5, 10, 20 тысяч, физически невозможно в современных государствах, где число граждан исчисляется миллионами, десятками и даже сотнями миллионов.

Античную (непосредственную) демократию давно уже сменила демократия представительная, а затем и элитарная. Все граждане (все имеющие право голоса) не участвуют в управлении государством непосредственно. Они лишь избирают своих представителей в парламент и иногда, далеко не всегда, – президента, главу государства. Причем в абсолютном большинстве случаев кандидаты в «народные избранники» выдвигаются не народом (и тем более не из народа), а правящим классом и элитными группировками внутри него.

Но даже при таком положении дел – в отличие от того, что было в греческом полисе, – не избирают ни главу исполнительной власти (ныне это, как правило, глава правительства), ни высших судей, ни тем более военачальников.

Избрав парламент и иногда главу государства, общество на время их легислатуры (правомочных сроков действия) фактически полностью передает им всю власть. Вот почему в конституциях современных демократических государств говорится не о том, что «власть принадлежит народу», а лишь о том, что «народ является источником власти». Это последнее – сущая правда. И это суть, форма и механизм действия демократии сегодня.

Предполагается (и постоянно случается в реальности), что народные избранники плохо исполняют свои функции, переданные им на время согласно мандату всенародного голосования, или даже злоупотребляют ими. Для противодействия этому возникли институт разделения властей, собственно судебная система и, кстати, институт свободной прессы. Кроме того, у граждан, согласно закону, есть право выражать свое недовольство действиями ими же избранных властей посредством митингов, манифестаций, забастовок. В реальности еще существует и такой не освященный большинством конституций институт, как гражданское неповиновение – вплоть до мятежей, восстаний и революций.

Теперь, дабы стряхнуть с себя мифы примитивно понимаемых проблем свободы печати (слова, информации), перенесем эту не придуманную, а реальную схему на собственно прессу, на СМИ.

Все здесь гораздо менее формально, чем в системе взаимодействия официальных институтов демократии, но принципиально мы имеем ту же самую картину.

Общество, как я уже говорил ранее, признает за журналистами право говорить от его, общества, имени, в том числе – критиковать власть. *Это, кстати, единственное фундаментальное право, делегированное обществом журналистам, ибо сам народ непосредственно и реально может критиковать власть лишь во время выборов (голосуя за одних и не голосуя за других), то есть раз в несколько лет. Журналистам же это право дается для каждодневного пользования.*

Но если членов парламента граждане избирают (да и то те злоупотребляют их мандатом), то в журналистику люди приходят сами. Никто не может сказать, даже формально: (1) насколько представлены интересы разных слоев общества в СМИ, особенно общенациональных; (2) насколько мнения журналистов являются отражением мнений, имеющих хождение в обществе, а не мнениями собственно журналистской (всего лишь одной из многих) корпораций; (3) насколько сильно и часто журналисты злоупотребляют фактически пожизненно дарованным им правом говорить от имени общества. Ведь в журналистике даже нет обязательной, как в высших эшелонах власти, сменяемости, ротации кадров. В этом, кстати, она более всего напоминает другую мощнейшую профессиональную корпорацию, связанную с властью. Попробуйте угадать, какую? Не слышу? Не стесняйтесь! Правильно – бюрократию! Не слишком лестная параллель, не правда ли? Но об этом стоит задуматься.

Очевидно, и это моя очередная максима, что,

ВО-ПЕРВЫХ, СВОБОДА ПЕЧАТИ ЕСТЬ ПО СУТИ СВОБОДА СЛОВА ЖУРНАЛИСТОВ, А НЕ ВСЕХ ГРАЖДАН ДАННОГО ОБЩЕСТВА;

ВО-ВТОРЫХ, В ОПРЕДЕЛЕННОМ СМЫСЛЕ СВОБОДА ПЕЧАТИ ЕСТЬ ОГРАНИЧЕНИЕ СВОБОДЫ СЛОВА ВСЕХ ОСТАЛЬНЫХ ГРАЖДАН ДАННОГО ОБЩЕСТВА; А ПОТОМУ,

В-ТРЕТЬИХ, ДАЖЕ ТАМ, ГДЕ, КАК, НАПРИМЕР, В США БЛАГОДАРЯ ПЕРВОЙ ПОПРАВКЕ К КОНСТИТУЦИИ, СВОБОДА ПЕЧАТИ МАКСИМАЛЬНО ЗАЩИЩЕНА ЗАКОНОМ, И ЛЕГАЛЬНО, И НЕЛЕГАЛЬНО СОХРАНЕНЫ МЕХАНИЗМЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЮ СВОБОДЫ ПЕЧАТИ ЖУРНАЛИСТАМИ В УЩЕРБ ИНТЕРЕСАМ ОБЩЕСТВА, ОТДЕЛЬНЫХ ЕГО ГРАЖДАН ИЛИ ДАЖЕ СОБСТВЕННО ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ.

Две системы – система свободы печати и система защиты от свободы печати, естественно, конфликтуют. Такие конфликты мы наблюдали на примере освещения американской и английской прессой и реакции на это властей США и Великобритании военных операций в Афганистане (2001 г.) и Ираке (2003 г.). Любой желающий легко соберет соответствующую информацию – об ограничениях свободы печати и в той, и в другой кампаниях правительствами двух самых демократических государств (и обществ) мира. То, что эти конфликты не были сокрыты (точнее, не были сокрыты полностью), еще мало что доказывает.

Вот, на мой взгляд, совсем уж вопиющий пример деятельности СМИ (то есть журналистов) США как представителей четвертой власти. Причем власти именно в государственном смысле. Этот пример совсем не нашел, по моим наблюдениям, критического разбора, да и просто упоминания ни в западной, ни в российской либеральной и демократической прессе. А он как раз и раскрывает всю суть взаимодействия свободной прессы и власти в западных, а следовательно и в российской, демократиях сегодня.

Свободна ли американская пресса? Свободна. Более того, в США вообще фактически нет принадлежащих государству, как в России, СМИ. Тем не менее несколько месяцев, предшествовавших началу военной атаки США на Ирак (2003 г.), большинство американских газет, еженедельников, телеканалов каждодневно рассказывали об ужасах (реальных и мнимых) режима Саддама Хусейна. Совершенно очевидно, что это была хорошо и в общенациональном, и в мировом масштабах организованная кампания, имевшая две цели. Во-пер-

вых, психологическую подготовку населения США к началу военных действий и создание условий для одобрения этих действий. Во-вторых, моральное и психологическое подавление воли противника к сопротивлению. Второе напрямую может быть охарактеризовано как первая часть военной операции, то есть собственно военная деятельность.

Но разве СМИ США подчиняются Пентагону или ЦРУ? Разве журналисты США были призваны в ряды вооруженных сил этой страны? Разве большая их часть тайно сотрудничает с американскими спецслужбами? На все эти вопросы ответ может быть только один: нет.

Тем не менее плюралистическая, свободная, принадлежащая не государству, а многочисленным частным собственникам американская пресса выступила как единый отряд вооруженных сил США. Это факт.

Я говорю об этом не для осуждения кого бы то ни было, а для того, чтобы мы понимали реальность сегодняшней жизни и политики, сегодняшнего взаимодействия свободной прессы и несвободной политики. И это понимание может привести нас только к одному выводу:

во всех современных демократических обществах существуют и эффективно действуют механизмы мобилизации свободной прессы для выполнения тех задач, которые ставит перед страной (нацией) официальная власть, в том числе и задач военных.

Не видеть этого нельзя. Не понимать это глупо.

Как работают эти механизмы – другой вопрос. Тут, впрочем, все хорошо известно. Работают также, как пиаровские фирмы. Вдруг появляются и становятся известны – сначала узкой группе журналистов – некие секретные сведения. Вдруг на пресс-конференциях высоких государственных чиновников чаще других задаются вопросы об Ираке (в данном случае). И именно на эти вопросы госчиновники отвечают наиболее охотно и подробно, всякий раз сообщая что-то новое или сенсационное. Вдруг генералы, раньше скрывавшиеся от прессы, начинают давать интервью направо и налево. Вдруг несколько очень влиятельных и известных людей, не имеющих никакого отношения к политике, например киноактеры, начинают публично сетовать на притеснения граждан в Ираке. И так далее. Сценарий раскрутки пропагандистских кампаний такого рода всегда один – разница лишь в деталях. Главное – механизмы есть, они работают, сценарий реализуется.

Строго говоря, журналистам следовало бы задуматься о том, а насколько они вообще не то что свободны, но даже самостоятельны в сегодняшнем мире. Ведь, повторяю, никто свободных журналистов США в конце 2002 и в начале 2003 годов в ряды вооруженных сил не призывал, а в большинстве своем они почему-то поступали именно так, как нужно было американским генералам.

Если исходить из классических либеральных представлений о свободной прессе как прессе, противостоящей власти, то, казалось бы, налицо какое-то массовое помутнение рассудка среди американских журналистов или что-то столь же экзотическое. Но если вспомнить то, о чем я говорил, а именно, о четвертой (политической) функции современной журналистики, от выполнения которой (за исключением отдельных журналистов и маргинальных, то есть не влиятельных в общенациональном масштабе, изданий) уклониться не может никто из работающих в системе современных СМИ, то все встает на свои места. Нет ни экзотики, ни экстравагантности, ни коллективного безумства. Есть функционирующая *система*.

И, кстати, именно поэтому во всех демократических государствах продолжают существовать официальные, полуофициальные и вовсе не официальные ограничения свободы печати – вплоть до скрытой, а порой и вполне открытой, хоть и не называемой этим словом, цензуры.

Несколько примеров, которые я приведу далее, помогут студентам усвоить эту, надеюсь, самую теоретическую из моих лекций, а праздным читателям – развлечься после этих скучных, но важных рассуждений.

Примеры, которые я приведу, помимо и прежде прочего должны подтвердить то, что я считаю непреложным фактом, аксиомой, истиной, уже не требующей доказательств, но что многие другие до сих пор расценивают как простую метафору.

Речь идет об известном определении журналистики как четвертой, вслед за законодательной, исполнительной и судебной, ветвью власти.

Я утверждаю, *что с появлением телевидения журналистика в прямом, а не переносном смысле стала четвертой властью.*

Наличие у современной, в том числе русской, журналистики функций управления (политическая) и функции *vox populi* говорит само за себя. Об этом же свидетельствует также практически переставшее быть метафорой утверждение: кто владеет информацией, тот владеет миром. А у СМИ, которые владеют информацией, в свою очередь тоже есть владельцы.

Ну а теперь – обещанные примеры, как минимум, по одному на каждую из пяти основных и двух дополнительных функций журналистики, хотя и множество других примеров в этом курсе лекций будут свидетельствовать о том же.

Информационная функция. Известие о какой-нибудь важнейшей военной победе доходило в досовременные времена до столиц враждующих государств за несколько суток. Сегодня ведутся прямые телерепортажи непосредственно с поля боя. Совершенно очевидно, что это меняет не только характер войны, но сам образ жизни и, разумеется, политику современных обществ.

Но и в более обыденных вещах колоссально влияние журналистики на жизнь отдельных граждан и обществ в целом. Еще 20 лет назад курс доллара и даже курс рубля к доллару интересовал в нашей стране сотню-другую специалистов по международной торговле, а сегодня – это информация, потребность в которой (и, следовательно, – в соответствующих источниках информации, а для большинства это обычные СМИ) испытывают десятки миллионов граждан России. Причем испытывают в режиме реального времени, сиюминутно.

СМИ и только СМИ способны удовлетворить такие потребности.

Функция интеграции общества. Есть несколько институтов, имеющих определение *национальных*: территория, государство, вооруженные силы, язык, культура, валюта, религия и пресса. Последняя, кстати, существует в первую очередь как *пресса на национальном языке*. Единое национальное сознание, национальный менталитет сегодня фиксируются, помимо самой жизни, все более и более интернационализирующейся, именно в национальной прессе – единственном материальном носителе повседневного «коллективного разума».

Именно через СМИ нация каждодневно общается сама с собой.

Несколько страниц своего «Восстания масс» Хосе Ортега-и-Гассет посвятил разбору и уточнению утверждения Жозефа Ренана о том, что «жизнь нации – это повседневный плебисцит». Ортега называл национальное государство формой такого плебисцита. Сегодня мы могли бы уточнить: современные СМИ суть публичная трибуна этого плебисцита.

Функция *vox populi* (воздействия на власть). Президента в России избирают на четыре года. Парламент (Думу) – тоже на четыре года. Как может рядовой человек повлиять и на президента, и на депутатов парламента в промежутке между выборами? Об этом я уже говорил. Устроить революцию? Да, но это уже исключительный случай, ломка всей общественно-политической системы. Организовать забастовку? Выйти на митинг? Общественно-политические забастовки крайне редки, а в слишком пока не структурированном, атомизированном русском обществе вообще не наблюдаются. Локальные же забастовки и митинги

становятся общенациональным фактом лишь в том случае, если о них напишут газеты, если о них расскажет телевидение.

Только через журналистов, неформальных представителей народа во власти (или при власти), всегда тяготеющих к власти, но все-таки не сливающихся с ней (даже в тоталитарных обществах), рядовой гражданин может повлиять на власть в промежутках между выборами. Сама демократия как система (ограниченного) народовластия реальна лишь тогда, когда имеется институт не столько свободной, сколько многообразной, плюралистичной прессы.

Функция управления (политическая). Вначале 1996 года, как известно, едва ли не любой более или менее известный российский политик имел рейтинг доверия у избирателей больший, чем президент Ельцин. Однако правящий класс решил оставить в Кремле на второй срок именно Ельцина. Как этого удалось добиться? Только получив в союзники (вольные или невольные, идейные или корыстные) большинство журналистов.

Еще более показательна думская избирательная кампания 1999 года. В стране наличествовала демократическая система выборов, но не было второго необходимого элемента демократии – разветвленной системы реальных политических партий. И кто же выступил их заменителем, кто взял на себя роль квазипартий? Государственные институты? Бизнес-группы? Профсоюзы? Трудовые коллективы? Лоббистские группы? Нет. В роли квазипартий выступили два общенациональных телеканала – ОРТ, мобилизовавшее электорат в поддержку полуобморочного тогда СПС и совсем уж мифического «Единства», и НТВ, сплотившее избирателей теряющего популярность «Яблока» и номенклатурного, совершенно оторванного от масс людей «Отечества – Всей России».

Избирательная кампания 1999 года – уникальный, но чрезвычайно показательный пример реального функционирования СМИ как четвертой власти.

Здесь, кстати, нелишне заметить, что слабость и неразвитость судебной власти в России усиливает власть СМИ сверх всякой нормы, за которую можно принять влияние национальных СМИ на политику и особенно на выборы в западных странах.

Функция социализации. Сегодня, безусловно, во всех странах, где существует система плюралистичных (условно свободных) СМИ, их воздействие на национальную нравственность если и не превосходит, то, по крайней мере, сравнимо с совокупным влиянием Церкви, системы образования, идеологии и собственно культуры.

Стереотипы криминального образа жизни и особенно языка были привиты российскому обществу не самими преступниками, а именно российской журналистикой. Она же англоизирует русский язык, а система СМИ в целом вообще вульгаризирует его, стремительно руша литературные нормы, возводя на их место не только просторечие, но и откровенную неграмотность. Электронные СМИ – материальная база внедрения в общественную культуру норм *масскульты* и *поп-культуры*. Если бы однажды телевидение перестало показывать программы поп-звезд, 99 % их исчезли бы и вернулись в заводскую и школьную художественную самодеятельность, откуда и вышли.

Развлекательная функция, даже являясь пока дополнительной, трансформирует и жанровую основу журналистики, о чем я расскажу отдельно, но и, кажется, все содержание современной культуры, а возможно, и национальный менталитет и стиль жизни (то есть культуру в широком смысле слова).

Историографическая функция. Мы много жаловались и жалуемся до сих пор на искажение истории в сталинские времена. Никто не может утверждать, что советская пресса тогда была свободной. Ныне она свободна, во всяком случае многие настаивают на том, что в ельцинские времена пресса была максимально свободной (свободнее, чем позднее, при Путине). Задам несколько вопросов. Состоялся ли в действительности референдум, на котором была принята Конституция 1993 года? Действительно ли Борис Ельцин обогнал Генна-

дия Зюганова в первом туре президентских выборов 1996 года? У меня большие сомнения, что это так, однако, если судить по публикациям в основных СМИ того периода, и то, и другое состоялось. Правда, почему-то все документы по референдуму 1993 года были уничтожены. Сегодня есть еще живые свидетели тех событий, и (если они захотят рассказать правду) можно многое уточнить. Но на что будет опираться как на источники историк XXII века? На газеты 90-х годов XX века. Не только на них, но и на них тоже. Какие выводы на основе этих изданий может сделать историк (особенно пристрастный)?

Меня, как человека, который слишком хорошо знает, как лгут газеты и телевидение (и не всегда по злему умыслу – из-за лени, небрежности, неграмотности отдельных журналистов тоже), порой приводит в ужас сама мысль о том, что тексты из СМИ могут служить источником исторического знания.

Но ведь уже служат. Например, газеты XIX века – для историков нынешних.

«Мысль изреченная есть ложь», – сказал, как выражаются не вполне образованные люди, поэт, а образованные ссылаются конкретно на Федора Тютчева.

Современные СМИ добились прямо противоположного (и в этом тоже их сила): ложь изреченная есть мысль.

Более того, и это, к сожалению, еще одна максима современной журналистики: ложь, изреченная СМИ, есть правда (хотя бы на время).

Журналистика по природе своей куда более безответственна, чем родственные ей политика или даже писательство. Почему? Да потому, что журналист, творя индивидуально, на самом деле есть анонимный работник конвейера, выпускающего потоком тексты, то есть слова, слова, слова...

Журналистика, особенно телевизионная, это коллективное творчество. Политик, споривший глупость, не сошлется на ошибку спичрайтера, если даже это правда. Писатель, проморгавший в своем тексте ахинею, никогда не признается, что этот пассаж появился в его романе благодаря редактору. У журналиста такая возможность всегда есть (а рукописи сейчас в редакциях не хранятся).

Политики не скрываются за псевдонимами. Писатели тоже не скрываются – использование ими, кстати, довольно нечастое, псевдонимов имеет совсем иную, нежели анонимность, цель. Журналисты используют псевдонимы и иные способы сокрытия своего авторства массово и постоянно.

Стать политиком или писателем – это значит приобрести имя, выделяющее тебя из других. Стать журналистом – это значит поступить на работу в редакцию газеты или телекомпанию, поставив поверх своего имени тавро данной газеты или компании.

Писатель и политик не будут выступать под разными псевдонимами – у них либо собственное имя, либо один псевдоним (если фамилия неблагозвучна). Типичен опять же пример Владимира Ленина, имевшего как журналист сотни псевдонимов, а как политик – всего один, сросшийся с реальной фамилией Ульянов-Ленин.

И действительно, странно было бы, если бы лидером КПРФ вчера был Зюганов, завтра – Уткин, послезавтра – Соловейко. А президентом России то Путин, то Распутин, то Запутейко.

Но, возразят мне, самые известные журналисты не выступают под разными псевдонимами. Это так. Но, во-первых, журналистика на 99 % делается безвестными (фактически) журналистами.

Именно поэтому, когда ссылаются на ту или иную публикацию, чаще всего упоминают СМИ, в котором она вышла, но не конкретного ее автора, особенно если он – штатный сотрудник этого СМИ. Например: «"Вашингтон пост" считает...» или «Как пишет "Нью-Йорк тайме..."».

Во-вторых, журналист прикрыт еще и тройной линией обороны.

Первая линия – его редакция или даже медиахолдинг.

Вторая линия – в целом журналистская корпорация, не всегда, но очень часто защищающая «своего».

Третья, самая серьезная, линия – «священная корова» свободы слова.

В целом – это *Система*, бороться с которой и трудно, и опасно.

Журналисты и чиновники, за которыми, особенно в России, тоже стоит Система, – два самых безответственных профессиональных клана в нашей, да и не только нашей, стране.

«А как же суд?» – станет возражать блюститель журналистской чести, правда, блющий ее не там, где она находится в реальности.

Глупый вопрос, но ответить придется. Во-первых, суд как общественный институт подвержен таким же предрассудкам о журналистике, как и любая другая группа граждан, а перед догмой о свободе слова по закону бессилён и суд – нужна лишь известная профессиональная ловкость журналиста, чтобы «изречь ложь» определенным образом. Во-вторых, судебный иск против журналиста множит, как правило, его известность, а следовательно, и неприкасаемость. Существует целая категория журналистов, особенно в бульварной прессе, которая провоцирует «героев» своих текстов, в первую очередь знаменитых, на суды.

Впрочем, о проблеме ответственности журналиста я еще расскажу отдельно, а здесь лишь зафиксирую еще одну максиму, гласящую: журналист неприкасаем, хотя и подсуден.

В этом есть и позитивный смысл (дополнительная гарантия свободы журналистской работы), и негативный (индულгенция безответственности).

Эта максима, правда, имеет одно существенное исключение, поэтому его точная формулировка такова:

журналист неприкасаем, хотя и подсуден – в обществе, но не в своем средстве массовой информации.

Кстати, печальным следствием общественной неприкасаемости журналистов является то, что проблемы, возникающие с ними, порой решают физическим путем.

Высокая преждевременная смертность журналистов в конфликтогенных обществах (к которым пока относится и Россия) есть в этом смысле всего лишь профессиональный риск, плата за сохранение института свободы слова.

Этим не совсем оптимистическим замечанием закончу настоящую лекцию, дабы перейти к следующей, самой неинтересной для меня. А тема-то лекции – фундаментальная, можно сказать, актуальнейшая для России сегодня: свобода слова, свобода печати и свобода информации.

Но скажите мне, что может быть интересного для стоматолога в рассказах его пациентов о зубной боли, которой они мучаются. В тысячный раз стоматолог слышит эти стенания (вполне, возможно, искренние), но ни одной новой нотки, ни одного оригинального наблюдения... Тоска!

Лекция 5

Свобода слова и смежные свободы

Кажется, Максим Горький, один из величайших русских писателей XX века, и тоже, кстати, журналист (феномен, о котором я еще расскажу в свое время), называл тоску зубной болью в сердце.

Повторюсь, хотя не люблю этого, но в данном случае считаю уместным, что ничего кроме профессиональной зубной боли в сердце не вызывает у меня необходимость рассказывать вам, уважаемые читатели, дорогие студенты и особенно любезные студентки, о свободе слова.

Воистину нет повести печальнее на свете, чем повесть о свободе и печати. Нет повести и яснее, банальней, очевидней. А повторять банальности – разве не тошно и не пошло само по себе. Но, увы, без этого в курсе теории и практики журналистики не обойтись. И хотя многое мною уже сказано в предыдущей лекции, осталось что и добавить.

Чтобы не столько облегчить, сколько облагородить свою задачу и сделать для себя более приятной запись этой лекции, воспользуюсь одним из любимейших моих журналистских приемов – изложу все необходимое в тезисах, опуская всюду, где они (хотя бы для меня) очевидны, доказательства, и необязательные, хотя и модные ныне в России рассуждения. И конечно же без всякого пафоса.

Тезисы о свободе печати

I. «Я не согласен с вашим мнением, но готов отдать жизнь за то, чтобы вы могли его свободно высказывать» – этот афоризм Вольтера, на который любят ссылаться к месту и не к месту, конечно же является максималистским, то есть провозглашает идеал, а не норму и уж тем более не реальность.

ИСТОРИИ НЕ ИЗВЕСТЕН НИ ОДИН ПРИМЕР ТОГО, КОГДА КТО-ЛИБО ПОШЕЛ НА СМЕРТЬ СОБСТВЕННО ЗА СВОБОДУ СЛОВА, ТЕМ БОЛЕЕ ЗА ЧУЖУЮ. НЕ СДЕЛАЛ ЭТОГО И САМ ВОЛЬТЕР.

Люди осознанно идут на смерть за свою семью, свою родину, свою религию или идеологию, наконец – за свою свободу или за свою честь.

Сама по себе свобода слова не относится к настолько абсолютным и всеохватывающим ценностям, как пять перечисленных.

II. «Свобода печати в буржуазном обществе есть зависимость писателя (журналиста тож. – В.Т.) от денежного мешка» – а это утверждение Владимира Ленина. Оно также в определенной степени, но не в такой, как вольтеровское, является максималистским. Ибо на определенном этапе своего развития свобода слова и свобода печати, безусловно, входят в систему основных ценностей либеральной демократии (строю, который, в общем-то, существует сегодня и в России). Между тем, и к ленинскому определению стоит прислушаться.

III. «Свобода слова есть осознанная необходимость денег» – этот несколько циничный афоризм-апокриф приписывается советскому писателю Юрию Нагибину, отличавшемуся изрядным свободолюбием и свободомыслием, но вполне преуспевавшему и в своем творчестве, и в публикации своих книг, и, кстати, в зарабатывании этих самых денег при Советской власти, то есть тогда, когда существовала реальная цензура, главный орган которой назывался Гпавлит. Отсюда, кстати, термин – «залиtovat», то есть «разрешить к публикации».

Кнагибинскому афоризму я бы тоже прислушался. Он не догматичен, но безусловно является для многих пишущих (а ныне и снимающих) реальным руководством к действию. Не потому, что пишущий плох. А потому, что писанием он зарабатывает себе на жизнь.

IV. В жизни современного русского общества и современной русской журналистики свобода слова, с одной стороны, без условно, существует, а с другой – как реальность (а

не мифологема) может быть точнее всего описана только суммированием вольтеровского, ленинского и нагибинского определений.

V. СВОБОДА СЛОВА (И В ИДЕАЛЬНОМ ДЕКЛАРИРОВАНИИ, И В РЕАЛЬНОМ ФУНКЦИОНИРОВАНИИ) ЯВЛЯЕТСЯ ОДНИМ (НЕ ЕДИНСТВЕННЫМ) ИЗ КРАЕУГОЛЬНЫХ КАМНЕЙ СОВРЕМЕННОЙ ДЕМОКРАТИЧЕСКОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ, НО НЕ ВЫСШЕЙ ЦЕННОСТЬЮ НИ САМОЙ ЭТОЙ СИСТЕМЫ (ЕЕ ВЫСШИМИ ЦЕННОСТЯМИ ЯВЛЯЮТСЯ ВЫЖИВАНИЕ, ИЛИ САМОСОХРАНЕНИЕ, И ЭКСПАНСИЯ), НИ ТЕМ БОЛЕЕ ЖИЗНИ ВООБЩЕ.

Свобода слова ни как идеал, ни как реальность не стоит выше даже, например, свободы собственности или свободы конкуренции.

VI. В наиболее развитых западных демократиях свобода слова тем не менее, даже юридически, не говоря уже о том, что политически, отнесена к числу почти абсолютных ценностей. Хорошо известно, что первая поправка к американской конституции гласит, что свобода слова не может быть ограничена ни при каких условиях.

Между тем, как тоже хорошо известно, ограничения свободы слова в западных демократиях встречаются повсеместно, хотя чаще всего эти ограничения проводятся либо политически корректными, либо закулисными, либо психологическими способами и уж во всяком случае – никогда не напрямую от имени государства (власти), за исключением таких его органов, как спецслужбы, и за исключением таких периодов, как участие в военных действиях.

VII. Прагматизм рыночной демократии (и вытекающая из этого прагматизма ее высокая конкурентоспособность) приводит к тому, что человеческие инстинкты в рамках этой демократии стараются не подавлять, а использовать во благо сохранения самой демократии как формы существования общества и государства.

Просто запретить нельзя. Но можно запретить выражать определенные мысли публично. Религиозные государства, а равно тоталитарные государства вводят прямую систему запретов. Демократические – косвенную. Например, как это принято в любом обществе, системой моральных запретов, определенных общественных и политических табу, а также путем воспитания общественного конформизма.

Нарушение этих запретов не является преступлением, но может создать и создает для нарушителя множество серьезных, иногда прямо трагических проблем. Закон, однако, чист, власть – ни при чем, «священная корова» свободы слова остается неприкосновенной.

Прагматический подход к проблеме свободы слова сказывается еще и в том, что практика рыночной демократии, в отличие от практики (но не теории) марксизма, разделяет правду и истину.

Правда – это всего лишь известный нам на сегодня объем истины, но не вся истина. Если запретить движение от правды к истине (то есть свободное высказывание различных идей и мыслей, пусть кажущихся кощунственными сегодня), то конкурентоспособность такого общества будет подорвана – вперед вырвутся другие.

В демократических обществах свобода слова существует не потому, что это высшая ценность, а потому что без нее нельзя обеспечить выживаемость и экспансию этого общества.

Кроме того, практики демократической политики хорошо знают, что то, что запрещено, во-первых, больше привлекает, во-вторых, чаще выходит из-под контроля.

СВОБОДНО ВЫРАЖЕННУЮ МЫСЛЬ ГОСУДАРСТВУ ЛЕГЧЕ КОНТРОЛИРОВАТЬ, ЧЕМ МЫСЛЬ НЕ ВЫСКАЗЫВАЕМУЮ.

VIII. Наконец, и в практическом смысле это, пожалуй, самое главное, западная политическая демократия строится по принципу ограничения одних властных институтов другими.

Взаимодействие законодательной, исполнительной и судебных властей оказалось недостаточным для сохранения баланса сил в этой системе.

Бюрократию, деньги и общественные пороки не удастся контролировать ни самой демократической системе, ни ее судебной ветви, ни явно отмирающей в качестве универсального морального института религии. Это может сделать либо тотальная власть государства (что разрушило бы самую демократию), либо тотальная власть общества, то есть граждан.

СВОБОДА СЛОВА И ЯВЛЯЕТСЯ ИНСТИТУТОМ ТОТАЛЬНОЙ ВЛАСТИ ОБЩЕСТВА НАД САМИМ ГОСУДАРСТВОМ, БЮРОКРАТИЕЙ, ДЕНЬГАМИ И ОБЩЕСТВЕННЫМИ ПОРОКАМИ.

Институт свободы слова – это религия современного демократического общества.

IX. Церковь часто контролировала светскую власть, но когда дело доходило до угрозы самому существованию либо власти, либо государства, либо общества, государственная власть не боялась противостоять и Церкви. Тем более не боится противостоять институту свободы слова.

В современном демократическом обществе наиболее очевидно противоречащими институту свободы слова являются институты спецслужб, государственной тайны и даже коммерческой тайны.

Прагматизм демократического общества нашел простой и эффективный выход из этой проблемы, действуя по принципу «и овцы целы, и волки сыты». Исходя из здравого смысла, решено, что журналист не может узнать государственную тайну сам. Он может либо получить ее из уст или рук сотрудника спецслужб или госчиновника, либо воспользоваться их халатностью. Поэтому в демократических странах никогда не будут судить за разглашение гостайны журналиста, но всегда – источник его информации.

Этого различия до сих пор часто не делает российская власть, подставляя себя под удар западного общественного мнения.

X. Нелишне заметить, что политическая, общественная и государственная лояльность воспитаны в западных журналистах в такой мере, что лишь единицы из них – и то крайне редко, стремятся рассказать миру о подлинных, реально значимых секретах собственной страны.

Анархизм и безответственность российских журналистов, напротив, сегодня очень часто ведут к, по сути, нелояльным действиям в отношении собственной страны и собственного общества.

XI. В России в некоторых журналистских, политических (что вообще странно) и правозащитных кругах сложилось мнение, что исключительно злая воля и недемократизм российской власти, военных и спецслужб приводят к постоянному нарушению принципов свободы слова и печати во время военных действий, контртеррористических операций (в том числе и по освобождению заложников), вообще чрезвычайных ситуаций. Смешно было бы утверждать, что наша власть самая демократичная, а военные и спецслужбы – самые открытые.

Но глупо также не понимать того, что всякое военное действие всегда и всюду (не в России только) сопровождается и не может не сопровождаться нарушением целых групп прав и свобод, которые в обычной обстановке хуже или лучше, но соблюдаются в той или иной стране.

И дело тут не в чьей-либо злой воле (она может лишь усугубить ситуацию), а в фундаментальной, несмотря на все декларации, неравнозначности для общества и отдельных (практически всех) людей таких ценностей, как жизнь, безопасность и свобода слова или свобода печати.

В «Войне и мире» Лев Толстой писал: «Началась война, то есть самое противоестественное всему человеческому дело». Насколько «противоестественно» убийство одних людей другими, к сожалению, можно поспорить, но то, что война есть не просто чрезвычайное искривление обычной жизни, а *иная* жизнь, жизнь по *иным* правилам, это точно. И законы войны (и схожих событий) в принципе не предусматривают существование многих обычных для мирной жизни свобод и прав. Это главная и самая фундаментальная причина крушения института свободы слова и свободы печати во время войны.

Вторая причина: свобода слова и свобода печати (и некоторые другие свободы) мешают достижению главной цели войны, то есть победе над врагом, противником. Война предполагает обман (напасть там, где противник не ждет), дезинформацию (внушить противнику прямо противоположное тому, что ты собираешься делать), широчайшую разведывательную деятельность (то есть воровство чужих секретов), наконец – убийство других людей и сокрытие правды о собственных потерях ради поддержания боевого духа и способности к сопротивлению у своей армии и своего населения.

Как может вписаться свобода слова и печати во все это? Разве только как преступление против собственной армии и собственной страны!

Наконец, третья причина. Войны (а равно и всякие спецоперации) ведутся силами специально (по закону) организованных групп людей (армия, милиция, спецслужбы), для которых законом же демократические формы организации заменены иерархически-авторитарными. Недемократические структуры не могут действовать демократически.

Восприятие далеко идущей войны (например, чеченской) как чего-то отдельного от нашей мирной жизни, где должны царить свобода слова и печати, является nonsensом, синдромом обывателя, не ощущающего единства общества и нации. Отсюда и рождаются странные требования к военным: там, на поле боя, вы можете хранить свои военные секреты, а мы, в Москве (у нас же мир и должны соблюдаться права и свободы человека), имеем право знать о ваших действиях всю правду.

Сказанное не означает, что пресса и ее аудитория не должны желать получить максимум правдивой информации «с фронта».

Но природа войны такова, что, пока есть «фронт», никто конечно же правды, да еще максимума правды, никогда не получит.

ХII. Свобода слова сегодня в России не только существует. Как и во всех обществах, находящихся на стадии анархо-демократии, она по сути абсолютна.

Данное утверждение, с которым очень многие и в самой России, и вне ее не согласятся, не является таким скандальным, как кажется. Иногда (правда, не часто) оно находит поддержку с самой неожиданной стороны, а именно: на Западе. Хотя, как правило, в выводимых там рейтингах стран Россия по уровню свободы прессы обретается на неприлично низких местах, случается и иное. Приведу удивительный (впрочем, только для тех, кто не знаком с интимными деталями функционирования западных СМИ) пример, обнародованный еженедельником «Эксперт» (12–18 апреля 2004 г.) со ссылкой на доклад «International Council Human Rights Policy», подготовленный в марте 2004 года по заказу Европарламента. «По данным этого доклада, – пишет "Эксперт", – Россия заняла третье место среди всех европейских стран по степени свободы прессы и журналистов, уступив лишь Великобритании и Испании». Сами авторы доклада расценили полученные результаты как сенсационные. Один из советников ICHRP, комментируя доклад, сказал буквально следующее: «Сегодня русским журналистам их западные коллеги могут лишь позавидовать, ведь даже во многих развитых странах журналисты нередко поставлены перед выбором: говорить то, что им приказут, либо искать другую работу».

Может быть, авторы упомянутого доклада и чрезмерно перегнули палку в сторону, противоположную расхожим представлениям. Но профессиональный и объективный наблюда-

тель, безусловно, не может отрицать, что ни к каким отщепенцам по уровню реальной свободы журналистики Россия не относится.

Это не означает, что в России нет проблем со свободой слова и угроз для нее.

Эти проблемы и угрозы связаны с тремя факторами:

- неумением и нежеланием государства, провозгласившего свою демократичность, действовать в соответствии с демократическими нормами и правилами в этой сфере;
- безответственным использованием свободы слова журналистами, что вызывает ответную, часто неадекватную реакцию государства;
- продолжающейся холодной гражданской войной внутри российского общества, его нестабильностью, когда задача политического, а порой и физического выживания отдельных лиц, групп и самой власти или даже страны заставляет их нарушать любые законы, в том числе и законы, охраняющие свободу слова.

XIII. В предыдущих тезисах я, как правило, употреблял лишь один термин – «свобода слова». Между тем для серьезного, а не поверхностного или конъюнктурного анализа данной проблемы нужно различать, как минимум, пять терминов и, соответственно, пять социальных ценностей и выстроенных на основе их социальных институтов: *свобода слова, свобода печати, цензура, свобода конкретных СМИ, свобода массовой информации*.

Свобода слова сегодня в России реальна и абсолютна – практически в западном смысле: можно говорить что угодно и где угодно. И чаще всего даже с меньшей ответственностью за свои слова, чем на Западе.

Свобода печати закреплена законодательно, наличествует в реальности, но для общества в целом воплощается как совокупность текстов и образов во всех российских СМИ, а не в каждом в отдельности. В принципе – это приемлемый стандарт.

Цензура запрещена законодательно, фактически отсутствует в практике всех СМИ, кроме корпоративной цензуры, юридически, впрочем, тоже не существующей. Отдельно я указал бы как на значимые сегодня в России такие факторы: *самоцензура* самих журналистов, связанная с их политическими пристрастиями (это особенно проявляется по линии водораздела «коммунисты – антикоммунисты», причем с обеих сторон), и, как я ее называю, *цензура друзей* – очень эффективная. Позвонить другу – главному редактору или известному журналисту и о чем-то его попросить в России является нормой. Отказать в такой просьбе очень трудно. Но не потому, что страшно, а потому, что неприлично: неприлично отказать другу в дружеской просьбе. Так пока по привычке функционирует русский политический класс.

Ко мне, в бытность мою главным редактором общенациональной газеты, с такими просьбами обращались десятки раз люди, с которыми у меня сложились очень хорошие или дружеские отношения: начиная от премьер-министров и вплоть до ключевых заместителей министров, не говоря уже о просто крупных политиках без должностей. Прямых же запретов печатать что-либо или угроз я в своей практике не встречал – кроме, разумеется, запрета «Независимой газеты» в ряду других демократических изданий 19 августа 1991 года, «цензурного казуса» 5–6 октября 1993 года (о нем я еще расскажу подробно) и двух самых эффективных сегодня форм цензуры – *цензуры финансовой* и *цензуры угрозой лишиться работы или должности*. Обе эти формы я, разумеется, испытывал на себе – когда возглавлял «Независимую газету», к финансированию издания которой подключился г-н Березовский (с 1995 года). Последние годы нашей «совместной» работы его недовольство тем, что я поддерживал (в целом) политику Владимира Путина, сначала выражалось в том, что деньги на издание газеты приходили с большими перебоями и не в нужном объеме, а поскольку своей линии я не изменил, г-н Березовский просто освободил от меня «Независимую газету», а меня – от нее.

Свобода конкретных средств массовой информации различна, как это всегда бывает. Она ограничивается и в слишком многочисленных государственных СМИ (включая и даже в наибольшей степени – СМИ, принадлежащие или подконтрольные региональной и местной власти), и, естественно, в частных – как минимум, интересами их владельцев, часто к тому же зависящих от государства, а также интересами главного менеджмента и самоцензурой (добровольной или корыстной) главных редакторов или самих журналистов.

Свобода массовой информации в России наличествует не в полной мере – прежде всего из-за многочисленных табу, негласно налагаемых на те или иные темы как государством, так и частными владельцами СМИ и близкими им по бизнесу или политическим интересам группами.

Характеризуя ситуацию в целом, я с полной ответственностью могу сказать, что отдельные ограничения всех этих свобод и, напротив, отдельные элементы неофициального цензурирования с лихвой перекрываются особенностями функционирования уже свободной, но пока еще не до конца ответственной русской прессы в обществе со слабой властью, воюющими друг с другом элитами (*информационные войны*, в которых используется много лжи, дают и громадные выбросы самой запредельной правды) и общей анархией.

XIV. Наконец, последнее, что я хотел бы и обязан сказать на сей счет – это «проблема денег».

Бедное общество, будучи в чем-то всегда лучше богатого, страдает и многими дополнительными пороками, в богатых странах минимизированными.

Девяносто процентов русских журналистов (особенно вне Москвы) – очень мало зарабатывают официально. И это, безусловно, приводит к возникновению ряда дополнительных проблем для свободы СМИ в России. Совсем небольшие суммы могут обеспечить как появление информации, которая расширяет поле свободы печати, так и, напротив, сокрытие информации, что, естественно, сужает это поле.

И второе в этом же направлении. Бедная аудитория менее требовательна к работе журналистов, не способна материально поддерживать нужный тонус конкурентной борьбы. Советские времена, когда одна семья выписывала по пять-шесть газет и еще два-три журнала, давно прошли. Сегодня большинство семей либо ограничиваются просмотром телевидения, правда, довольно разнообразного, либо выписывают, плюс к этому, всего одну газету, причем чаще всего – не центральную, а местную, как правило, либо очень слабую профессионально, либо максимально ангажированную одной из местных бизнес-группировок.

Поэтому я всегда говорю (ссылаясь на свой пример), что

СВОБОДА ПЕЧАТИ В РОССИИ СУЩЕСТВУЕТ ДЛЯ ТЕХ ЖУРНАЛИСТОВ, КОТОРЫЕ СПОСОБНЫ И ИМЕЮТ ВОЗМОЖНОСТЬ РАБОТАТЬ В ЕЕ РАМКАХ, А СВОБОДА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ – ДЛЯ ТЕХ, КТО ИМЕЕТ ВОЗМОЖНОСТЬ СЛЕДИТЬ ЗА ПЕРЕДАЧАМИ ВСЕХ ОСНОВНЫХ ТЕЛЕКАНАЛОВ И РЕГУЛЯРНО ЧИТАТЬ ШЕСТЬ-СЕМЬ ГАЗЕТ И ДВА-ТРИ ЕЖЕНЕДЕЛЬНИКА РАЗНЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ.

Впрочем, это проблема не собственно свободы слова и свободы печати, а более глубокая общественная проблема.

XV. СВОБОДА СЛОВА (ПЕЧАТИ) ДЛЯ ЖУРНАЛИСТА – ТАКАЯ ЖЕ ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ПОТРЕБНОСТЬ, КАК И ЯЗЫК, ПИСЬМЕННОСТЬ.

Без языка нет развитой, профессиональной и полноценной журналистики, хотя некоторые сообщения можно передавать и жестами, мимикой, рисунками или фото- и видеоизображениями. Но сложные мысли нуждаются для своей передачи в развитой лингвистической системе, с помощью которой можно сформулировать не только конкретные, но и абстрактные понятия.

Свобода слова (печати) – это просто более полная возможность оглашать и публиковать *все* мысли, а не их ограниченный набор.

Но и языком одни люди пользуются примитивно, в пределах нескольких сотен слов, а другие – максимально широко, используя не только почти все языковое богатство, но и творя новую лингвистическую реальность. Возможности у всех равны, а потребности и искусство их использования у каждого разные. Равным образом и свобода слова (печати) лишь создает возможность свободно говорить и писать, а отнюдь не потребность в этом и тем более не умение это делать. Со времен начала гласности, перестройки и демократических реформ в России с помощью возможностей, открытых свободой слова (печати), было произнесено и опубликовано столько ахинеи, что порой даже самые твердокаменные либералы задумываются о пользе цензуры. Но, увы,

ЦЕНЗУРА НЕ СПАСАЕТ ОТ ГЛУПОСТИ, ТАК ЖЕ КАК И СВОБОДА ПЕЧАТИ НЕ ГАРАНТИРУЕТ ПОЯВЛЕНИЕ ЛИШЬ УМНЫХ ТЕКСТОВ.

XVI. Теперь нелишне перечислить реально существующие практически во всех демократических странах (в более или менее жесткой юридической форме) многочисленные *легальные* изъятия из принципа свободы печати.

- Как правило, в конституциях или законах, специально по священным СМИ, запрещены (то есть цензурированы):

- призывы к свержению существующего строя;
- призывы к войне (между тем войны ведутся и с чего же, как не с призыва соответствующего государственного деятеля, они начинаются?);

- призывы к разжиганию межнациональной, расовой и религиозной розни.

- Кроме того, всюду в законодательстве существует понятие государственной и/или военной тайны, под соусом чего цензурируются целые пласты информации.

- Деятельность некоторых спецслужб во всех крупных демократических государствах фактически (в некоторых своих аспектах) вообще законодательно выведена из-под контроля СМИ.

- Почти повсеместно наказуема в судебном порядке клевета, под определение которой часто попадает просто документально не доказанная правда.

- Во многих странах судебны наказуемы также разного вида публичные оскорбления физических лиц.

- Законом охраняется корпоративная тайна.

- Законом охраняется тайна личной жизни.

Какой объем важной для общества информации выводится таким образом из-под контроля свободы печати (контроля СМИ)? Никто точно не может это сказать. Но ясно, что это не 1–2 %.

Другое дело, нужна ли, полезна ли обществу абсолютно реализованная абсолютная свобода печати? И что с обществом случится, если кто-либо в виде эксперимента на это решится?

Наконец, в последнее время особенное распространение получили не закрепленные законодательно, но реальные ограничения свободы печати по принципу так называемой *политкорректности* – ограничения, часто вполне абсурдные. В России это, например, проявилось в бессмысленных рассуждениях, что-де постыдно употреблять выражение «лицо кавказской национальности». Причем никто из борцов против этого выражения не пояснил, как, например, обозначать в тех же милицейских сводках основные приметы задержанных, если при них нет документов и своих имен они не называют? Да и сами борцы за «политкорректность» вряд ли всегда с ходу определяют, кто из пяти представленных им людей разной национальности является азербайджанцем, армянином, грузином, чеченцем или аварцем.

Не слишком корректное с научной (этнографической) точки зрения выражение «лицо кавказской национальности» объявили, фактически пытаясь цензурировать печать, некорректным политически. На Западе возник еще более обширный круг тем, проблем, коллизий и слов, которые фактически являются запретными, то есть подцензурными, по соображениям политкорректности.

Эти казусы показывают, что

НЕ ТОЛЬКО ВЛАСТЬ ПЕРИОДИЧЕСКИ ИСПЫТЫВАЕТ НА ПРОЧНОСТЬ ИНСТИТУТ СВОБОДЫ ПЕЧАТИ. ЭТО ДЕЛАЕТ И САМО ОБЩЕСТВО, В ТОМ ЧИСЛЕ САМОЕ СВОБОДНОЕ И САМОЕ ЛИБЕРАЛЬНОЕ.

XVII. Более всего уязвимость некоторых как цензурных ограничений, так и борьбы с ними показывает, на мой взгляд, такой пример. Почти повсеместно в демократических странах призывы к насильственному свержению существующей власти находятся под запретом. Само по себе это похвально, но не стоит все-таки забывать, что большая часть истории всех этих стран есть история революций и государственных переворотов. Россия – не исключение. Только в последние годы мы видели, как минимум, три таких события: август 1991 года, декабрь 1991 года, сентябрь – октябрь 1993 года.

Остановить историю нельзя ни цензурным запретом, ни табуированием отдельных слов и понятий. И журналисты и политики не должны забывать об этом не только тогда, когда они борются против цензуры, но и тогда, когда, победив в этой борьбе, начинают сами цензурировать или табуировать – и не только прессу, но и самую жизнь.

XVIII. Завершу свои тезисы о свободе печати утверждением, которое может претендовать на универсальность и афористичность одновременно:

СВОБОДА ПЕЧАТИ ЕСТЬ ОДИН ИЗ КРАЕУГОЛЬНЫХ КАМНЕЙ СВОБОДНОГО И ДЕМОКРАТИЧЕСКОГО ОБЩЕСТВА, КОТОРЫЙ, ОДНАКО, ОЧЕНЬ ЧАСТО ИСПОЛЬЗУЕТСЯ И В КАЧЕСТВЕ КАМНЯ ЗА ПАЗУХОЙ, И БУЛЫЖНИКА КАК ОРУЖИЯ, ПРИЧЕМ ПРОЛЕТАРИАТОМ РЕЖЕ, ЧЕМ ДРУГИМИ СОЦИАЛЬНЫМИ ГРУППАМИ.

* * *

С тезисами о свободе слова покончено, но ясно, что в ходе дальнейших лекций я неизбежно коснусь, особенно на уровне конкретных примеров, того, что проиллюстрирует слишком категоричные, на чей-то вкус, утверждения из этой лекции.

В XIV тезисе я упомянул о том, что имею возможность читать несколько газет и еженедельников, а также смотреть передачи (в основном, естественно, политические и информационные) нескольких телеканалов. Эта возможность связана, как вы понимаете, не столько с определенным уровнем материального достатка (редкий московский журналист выписывает газеты себе домой, то есть за собственные деньги), сколько с моими служебными возможностями.

Итак, я могу это себе позволить. Но вопрос в том, а стоит ли себе это позволять, стоит ли тратить на это время и, если иной возможности нет, личные деньги?

Вопрос не праздный, ибо современная русская журналистика сильно поскущела и, кстати, стопка регулярно просматриваемых мною изданий значительно похудела. Еще четыре-пять лет назад она включала почти двадцать названий, а сегодня – едва насчитывает десяток.

Десяток – но не два-три, как в советское время, когда я без особой пользы для своей информированности выписывал домой «Правду», «Известия», «Комсомольскую правду», «За рубежом» и «Литературную газету» (толстые и специальные журналы – не в счет).

Современная русская пресса, к сожалению, очень ущербна, но все-таки это конкурирующая пресса. Конкуренция – форма ее существования сегодня. Поэтому с неизбежностью необходимо бросить хотя бы недолгий взгляд сначала на историю современной российской прессы, а затем на нынешнюю систему русских СМИ в целом. И это я сделаю в двух следующих лекциях.

Лекция 6

Краткий очерк наиновейшей истории современной русской журналистики

В свое время мы обязательно поговорим о журналисте как субъекте политики, проанализируем, как пульсирует журналистское *ego* вслед за циклами политической жизни в демократической системе. Но предварительно следует непременно представить хотя бы беглый очерк истории русской журналистики последних 20 лет.

Он будет любопытен сам по себе, но одновременно покажет нам, выражаясь учено, как латентные процессы, идущие в журналистике, так и более фундаментальные общественные, исторические процессы, на фоне и в лоне которых жила наша наиновейшая журналистика.

Журналисты творят политику, и в этом смысле являются ее субъектами. Субъектами несколько менее активными и влиятельными, чем специально организованные политические силы – государство, политические партии, крупные персонажи политической сцены, но более активными, чем остальная масса населения (в нереволюционные периоды, разумеется). Одновременно журналисты – первый объект политической мысли и политического действия. Первый хотя бы по времени. Все то, что в жизни набрало силу тенденции, – непременно отражается не только на страницах и экранах СМИ, но и в поведении журналистов как личностей, индивидуумов. Курс истории русской журналистики, начиная с XIX века и по сей день, – это фактически и курс истории России.

Но меня сегодня все-таки интересует не страна Россия (не вообще, конечно, а в рамках почетного права преподавать нечто другим, в данном случае – журналистику), а именно русская журналистика, тенденции и законы развития СМИ нашей страны в последние годы. И без хотя бы самого поверхностного очерка истории этих СМИ нам не обойтись.

Обычно принято делить историю современной (наиновейшей) журналистики России на два этапа: *этап гласности* («эпоха Горбачева») и *этап свободы слова* («эпоха Ельцина»). До того, как известно, был строго коммунистический режим (подчиненность СМИ единственной и правящей партии КПСС). После «эпохи Ельцина», как утверждают некоторые, наступили времена *ограничения свободы прессы* в России, так сказать «эпоха Путина», или путинизм.

Я бы, однако, отрекся от этой несколько вульгарной периодизации истории современной отечественной журналистики.

Более изощренной и правильной, на мой взгляд, является периодизация, автора или авторов которой я не знаю, но где-то с ней сталкивался. Согласно ей, история новейшей русской журналистики делится на следующие этапы:

- 1987–1991 годы – гласность;
- 1991–1996 годы – свобода слова, партнерство свободных СМИ с властью;
- 1996–2000 годы – свобода слова, противостояние свободных СМИ власти;
- после 2000 года – ограниченная свобода слова. Однако многие конкретные события из жизни российских

СМИ не укладываются и в эту схему. Например, крайне критическая, если не сказать сильнее, позиция большинства русских СМИ по отношению к действиям федеральных властей во время первой Чеченской кампании (конец 1994–1996 гг.). В период политических *информационных войн* (1999–2000 гг.) далеко не все свободные (демократические) СМИ противостояли власти. Можно привести и другие факты, опровергающие схему, на которую я сослался, или демонстрирующие ее чрезмерный, если воспользоваться тавтологическим определением, схематизм.

Приведу более подробную и более тонкую периодизацию наиновой истории русской журналистики, в основе которой лежат три главных критерия: *уровень свободы слова (свободы печати), характер взаимоотношений СМИ с центральной властью и экономическая самостоятельность (или подчиненность) СМИ.*

Возьму за точку отсчета смерть Леонида Брежнева, то есть ноябрь 1982 года – пик эпохи застоя (или стагнации) отечественной (советской в тот момент) общественно-политической системы во всех ее составляющих, включая и СМИ.

ОЖИДАНИЕ ПЕРЕМЕН: последние годы перед смертью Брежнева и 1984 год – начало 1985-го (правление Черненко)

В целом для прессы ситуация brutally проста. Подцензурное существование. Подчиненность власти. Никакой экономической свободы.

Однако лишь внешне поздний брежневизм, по крайней мере в СМИ, был застойным. Да, это было время цинизма, ибо слово, мысль и дело максимально расходились друг с другом. Но все, журналисты не в последнюю, а скорее в первую очередь, сознавали это. Было много абсурда, но много и новых идей, свежих веяний, смелых статей – конечно, в рамках, а точнее в лексике коммунистической идеологии. Но многие смелые и умные журналисты писали то, что хотели (не все, конечно), а смелые и умные главные редакторы – эти материалы печатали.

Кроме того, все-таки существовала альтернативная журналистика в виде западных радиостанций, вещавших на русском языке, и так называемого *самиздата*, хорошо известного в журналистской среде. Многие журналисты постоянно ездили за рубеж, привозя оттуда не только джинсы и дубленки, но и начатки духа будущей новой отечественной журналистики.

НЕПОНЯТНЫЕ ПЕРЕМЕНЫ: правление Андропова (конец 1982 года – начало 1984-го) и первые два года правления Горбачева (1985–1986 годы)

Та же цензура, та же подчиненность государству в лице КПСС. Та же экономическая несамостоятельность.

Но Юрий Андропов не только начал не вполне понятные обществу реформы, но и в своей тогда знаменитой статье в журнале «Коммунист» (кажется, май 1983 года), сделал поистине сенсационное, в каком-то смысле – диссидентское заявление: мы (то есть те, кто руководит страной. – В.Т.) *незнаем общества, в котором живем.*

Общественная, в том числе журналистская мысль при Андропове (главном кагэбэшнике в предшествующий период, душители свобод, пачками высылавшем диссидентов из страны, но —

реформаторе!) оживилась. Она была готова поддержать любые реформы, лишь бы это были реформы. Развитие эта тенденция получила в первые два года правления Михаила Горбачева, когда политическая власть КПСС, оставаясь не менее императивной, стала – по крайней мере, в лице самого Горбачева – более открытой, демократичной, более если и не свободомыслящей, то новаторской. Журналисты – восторженно. Они, еще не веря по-настоящему в свое счастье, приготовились к свободе. Не зная, какая это сложная и амбивалентная штука.

ГЛАСНОСТЬ: 1987–1990 годы (до принятия закона СССР о печати И ПОЧТИ СРАЗУ ЖЕ АНАЛОГИЧНОГО ЗАКОНА РСФСР)

Гласность – это свобода слова и печати наполовину. Цензура – до появления упомянутых законов – официально не отменена, но уже не всесильна. Часть правящей элиты сама

стимулирует свободу мысли и высказываний – появляется вполне официальное понятие «социалистический плюрализм», то есть в рамках поддержки социализма можно говорить и даже печатать разные мнения. Но что поддерживает социализм, а что нет? На этот вопрос каждый отвечает сам.

Даже неполная свобода – это уже свобода. Кто хочет, тот ею пользуется. Единство отечественных СМИ во взаимоотношениях с властью сломано: кто-то поддерживает Горбачева; кто-то, поддерживая его в целом, жестко критикует по многим направлениям; часть СМИ переходит к открытой поддержке Ельцина как альтернативы Горбачеву, а часть – почти открыто выступает и против одного, и против другого.

К концу этого периода возникает фактически полная экономическая самостоятельность печатных СМИ.

В конце 1989 года появляется первое полностью экономически и политически неподконтрольное власти издание – еженедельная газета «Коммерсантъ». Тогда же возникают два новых информационных агентства «Интерфакс» и «Постфактум».

ПАДЕНИЕ ЦЕНЗУРЫ – СВОБОДА СЛОВА: для тех, кто ею хотел воспользоваться. 1990-й – 19 августа 1991 года

Введение в действие в 1990 году законов СССР и РСФСР о печати производит переворот в отечественной журналистике. Эти законы (причем сначала это делает принятый раньше закон СССР) отменяют цензуру и вводят заявительный, а не разрешительный механизм регистрации новых СМИ. Теперь каждое

физическое или юридическое лицо, заплатив весьма символическую сумму (1000 рублей для общенационального печатного СМИ), может учредить газету или журнал. Именно на основе этих законов мною в конце лета 1990 года была зарегистрирована «Независимая газета» как издание, учрежденное Московским Советом (тогда – городским институтом государственной власти), но не как его орган. От имени Моссовета тогда же были учреждены газета «Куранты» и еженедельник «Столица», а также радиостанция «Эхо Москвы».

Итак, полная экономическая самостоятельность при старых, советских, то есть очень низких ценах на бумагу и услуги типографий и почтовой службы. Отмена цензуры, то есть возникла самостоятельность политическая и профессиональная. И сложные, у каждого свои, взаимоотношения разных СМИ с центральной властью, с каждым днем слабеющей.

Фактически это максимальный набор гарантий, обеспечивающих полную независимость СМИ. Строго говоря, именно в этот период советские (ныне российские) журналисты и сами издания были максимально свободны. Правда, сохранялся государственный контроль (неабсолютный) за Центральным телевидением.

Не все захотели воспользоваться этими возможностями. По сути их приняли как должное и стали на их основе работать только новые, возникшие в конце 1989-го и в 1990 году СМИ. Остальные, будучи, конечно, более смелыми, чем в прежнее время, действовали с оглядкой на власть. В том числе – и 19 августа 1991 года, в день, когда в стране было введено чрезвычайное положение (власть ГКЧП).

Справедливости ради надо сказать, что одной из причин этого, но далеко не единственной, стало и то, что все традиционные СМИ были юридически привязаны как чьи-либо «органы» к различным партийным, государственным или общественным структурам страны, оторваться от которых было делом достаточно долгим и юридически непростым. Впрочем, это касалось СМИ как редакций, но не отдельных журналистов – они были вольны переходить в новые, свободные, издания. Абсолютное большинство на это не пошло – кад-

ровый костяк новых СМИ составили либо никому не известные молодые журналисты, либо вообще люди, пришедшие в журналистику извне этой профессии – так сказать по призыву только что родившейся свободы слова.

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ВЫБОР-1: 19–21 августа 1991 года, ГКЧП

Все новые издания, в отличие от большинства традиционных, были запрещены одним из первых распоряжений ГКЧП. Но их журналисты продолжали свою свободную деятельность, правда, освященную вполне конкретным политическим выбором (против ГКЧП). Журналисты новых изданий действовали на уровне самиздата, но в новых формах – отправка текстов по почему-то не отключенным аппаратам факсимильной связи, выступления в зарубежных СМИ, из отечественных – на по какой-то причине не выведенной из эфира новой радиостанции «Эхо Москвы» (главный редактор Сергей Корзун). Кроме того, по инициативе тогдашнего главного редактора «Московских новостей» Егора Яковлева мы учредили совместную «Общую газету», первый номер которой, если бы переворот не закончился так стремительно, вышел бы в свет с точки зрения ГКЧП нелегально и подпольно. Из традиционных изданий в учреждении «Общей газеты» участвовали лишь «Московские новости», которые возглавлял сам Егор Яковлев, «Комсомольская правда», «Московский комсомолец» и «Аргументы и факты». Это был выбор редакторов этих изданий. Журналистов, конечно, тоже, но «Общая газета» учреждалась персонально конкретными людьми – главными редакторами: они ставили свои подписи под соответствующими документами. Все сколько-нибудь значимые тогда новые издания соединились в «Общей газете» без всяких колебаний и дискуссий. Это были: «Коммерсантъ», «Независимая газета», «Куранты», «Столица», «Российская газета», «Российские вести» и «Мегаполис-экспресс». Традиционные издания, не присоединившись к «Общей газете», по отношению к ГКЧП заняли выжидательную позицию, хотя симпатии большинства их журналистов, безусловно, были не на стороне Янаева и К^о.

Краткосрочность путча не позволила выявить линию поведения различных, в том числе старых и новых СМИ, в полной мере. Поэтому, в частности, создалось ощущение, что вся пресса страны, и новая, и старая, единодушно не поддержала ГКЧП. Что касается журналистов как массы представителей конкретной профессии, это, безусловно, так. Расклад же среди СМИ как отдельных редакций и изданий был не столь однозначным.

Итак, те, кто хотел и/или имел большую для этого возможность, сделали определенный выбор, противопоставив себя тем, кто заявил, что держит власть, армию и спецслужбы в своих руках. Свобода слова для тех, кто ее выбрал, продолжала существовать, но на три дня – без свободы печати. Отношения с властью (по их мнению незаконной) были отношениями прямого противостояния. Экономического аспекта проблемы, из-за краткосрочности путча, не существовало вовсе.

СВОБОДА СЛОВА ДЛЯ ВСЕХ: 22 августа 1991 года – сентябрь-октябрь 1993 года

После подавления ГКЧП наступила свобода слова и печати для всех. Причем автоматически, ибо были ликвидированы КПСС и практически все официальные советские институты власти. СМИ, бывшие органами этих институтов и партийных (коммунистических) комитетов, в одночасье оказались свободными даже формально.

Был запрещен выход газеты «Правда», главного органа бывшей КПСС, но ряд известнейших демократических (новых) журналистов выступил с открытым протестом против этого. Решение через какое-то время было отменено.

Итак, наступила полная свобода слова и печати де факто для всех, даже для тех, кто ее не жаждал.

Экономически также все стали абсолютно свободными. Правда, последовавшие за тем экономические реформы очень быстро ввели СМИ в новую реальность: свобода есть, денег на выпуск изданий – нет. Это была качественно новая ситуация. С этой проблемой ранее ни одно СМИ страны не сталкивалось.

Отношения с властью в этот период не были отношениями сотрудничества. Было взаимодействие, иногда – взаимная помощь, в том числе и экономическая помощь некоторым СМИ со стороны власти, но не всем, а главным образом тем, кто власть поддерживал в целом и во многих деталях.

В начале 1993 года, например, когда ельцинская команда взяла очевидный курс на ликвидацию Съезда народных депутатов (парламента) страны, «сверху» пытались заставить Николая Гончара, тогдашнего председателя Моссовета, формального учредителя «Независимой газеты», снять меня с поста главного редактора «НГ». Естественно, из-за политической и профессиональной линии «Независимой», отнюдь не оправдывавшей все шаги власти. Николай Гончар на это не пошел, но факт остается фактом.

Госпереворот сентября – октября 1993 года окончательно развалил благостную, если она кому-то такой представлялась, картину «сотрудничества власти и журналистов» при Ельцине.

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ВЫБОР-2: сентябрь-октябрь 1993 года

Ситуация была схожей с той, что в августе 1991-го развернулась вокруг ГКЧП. Каждое издание сделало свой политический (гражданский или классовый) выбор. Большинство полностью поддержало и неконституционный указ № 1400 Бориса Ельцина, и даже расстрел парламента. Абсолютное меньшинство – не поддержало. «Независимая газета», например, не поддерживая в принципе Верховный Совет, Хасбулатова и Руцкого, не встала и на путь оправдания всех шагов Кремля, более того – критиковала эти шаги. Результатом стало то, что на два дня, со второй половины дня 5 октября, в стране была введена цензура: номера некоторых газет («Независимая», «Коммерсантъ») 6 и 7 октября выходили с белыми пятнами вместо снятых цензурой материалов. Ряд главных редакторов других демократических СМИ даже приветствовал решение о введении «демократической цензуры».

Победившие «демократы» не учли одного. Запад (Вашингтон в первую очередь) решили Ельцину расстрелять парламент, но запретили трогать священную корову западной демократии – свободу печати. Цензура была отменена столь же стремительно, как и введена.

События сентября – октября 1993 года, бывшие совершенно очевидным государственным переворотом, не внесли существенных коррективов в положение со свободой слова, взаимоотношениями СМИ с властью и экономической свободой прессы. В этом смысле после завершения кризиса продолжался период, начавшийся 22 августа 1991 года, – свобода слова продолжала существовать для всех, а свобода печати – для всех, кто имел средства содержать СМИ. Тем не менее именно после октября 1993 года начала доминировать тенденция, ставшая осознанной политикой власти по отношению к СМИ сразу же после того, как Кремль столкнулся с резкой критикой со стороны журналистов хода, а порой и целей военных действий в Чечне, начавшихся в конце 1994 года. Эта тенденция такова: СМИ стали отдавать в руки тех бизнес-групп, которые поддерживали власть.

СВОБОДА ПЕЧАТИ ДЛЯ ВСЕХ, У КОГО ЕСТЬ ДЕНЬГИ: 1993-й – ЛЕТО 1996 ГОДА

Запад позволял Ельцину многое из того, что никогда бы не позволил другим. Не бескорыстно, разумеется, а ради разгрома коммунизма и ради денационализации государственной собственности в России. Запад позволял Ельцину многое, почти все – кроме зажима свободы печати, свободы слова. Именно в этом, а не в чем-либо ином, одна из трех главных причин отсутствия каких-либо очевидных государственных репрессий против СМИ, крити-

ковавших первого президента России (а таких СМИ с каждым месяцем и годом становилось все больше). Две другие причины следующие. Ельцина мало интересовало то, что не ставило под угрозу его личную власть. И в этом смысле его не волновали нападки на него в прессе. Кроме того, он понимал, что журналисты, если их начать открыто зажимать, возненавидят инициатора этих репрессий. А вот это было бы опасно.

Но душить или ограничивать свободу слова руками государства уже не было нужды. Возникла совершенно новая система взаимоотношения СМИ и власти. Между ними встали *собственники*.

Вначале 1993 года начала складываться медиаимперия Владимира Гусинского (группа «Мост»): 1993 год – газета «Сегодня», затем полностью частная телекомпания НТВ, получившая позднее в качестве платы за поддержку Ельцина на выборах четвертый общенациональный телеканал да еще с возможностью оплачивать услуги связи (главная статья расходов) по льготным расценкам, как государственное телевидение. Затем – «Эхо Москвы», фактически контрольный пакет акций которой Гусинский приобрел.

Вначале 1995 года Борис Березовский установил свою власть над первым общенациональным каналом, названным позднее ОРТ, где номинально контрольный пакет акций оставался у государства. Позднее Березовский начал контролировать и шестой канал (ТВ-6). Вскоре Березовский стал фактическим владельцем прекратившего было выход журнала «Огонек». Осенью 1995 года – та же история произошла с «Независимой газетой». Позже в это «семейство», не столь жестко, как «Медиа-Мост», сплоченное и организованное, вошли «Новые известия» и «Издательский дом "Коммерсантъ"» со всеми своими изданиями.

В разделе собственности в сфере СМИ приняли участие все крупнейшие бизнес-группы: кроме групп Гусинского и Березовского, действовавших наиболее целенаправленно и с откровенно политическими амбициями, со СМИ начали работать «Газпром», «Лукойл», ОНЭКСИМбанк («Интеррос»), позже – группа «Альфа», АФК «Система», РАО «ЕЭС России», как только его возглавил Анатолий Чубайс, и т. д.

Анатолий Чубайс собственно и сформулировал на одной из частных встреч с главными редакторами крупнейших СМИ страны, среди которых был и я, а потому знаю это наверное, принцип новых взаимоотношений: что хозяин СМИ скажет, то и будете делать, а не сделаете – кости будут трещать. Я цитирую практически дословно. А слышали эти слова еще человек пятнадцать. Произошла эта встреча в конце лета или в начале осени 1996 года, когда Чубайс был главой президентской администрации при больном Ельцине. Замечу, что немаловажно, что в тот период Анатолий Чубайс намеревался стать как минимум премьер-министром России, а как максимум – ее президентом.

Итак, формула существования прессы в России оказалась проста. Если бизнес-группа политически поддерживает власть, власть помогает или позволяет этой группе приобретать или издавать общенациональные СМИ, которые тоже должны помогать бизнес-группе не столько делать деньги, сколько оставаться близкой к власти, ибо от этой близости в России и рождаются деньги.

Классическая модель взаимоотношений власти, крупного бизнеса и СМИ. Ничего нового. Новое, точнее неожиданное, – для власти, для Кремля, все-таки возникло. Но это будет несколько позже.

В рамках этой классической модели властью и была решена проблема поддержки кандидатуры Ельцина на выборах летом 1996 года – путем прямого давления собственников на большинство общенациональных СМИ, хотя, конечно, и большинство журналистов, не желая победы Зюганова, не слишком сопротивлялись этому давлению. Итог, как я уже отметил, подвел Анатолий Чубайс, оказавшись в Кремле наместником готовящегося к операции на сердце президента Ельцина.

СВОБОДА СЛОВА В РУКАХ ОЛИГОПОЛИИ: информационные войны 1997–2000 годов

В модели взаимоотношения власти, бизнеса и СМИ, отцами-основателями которой в России были Гусинский, Березовский и Чубайс (группа ГБЧ), было отбалансировано все, кроме трех моментов.

Во-первых, бизнес-группы, сплоченные к лету 1996 года, в межвыборной жизни имели разные, а порой и прямо противоположные интересы в бизнесе, да и в политике. И удовлетворять всех одновременно и всегда Кремль был не в состоянии.

Во-вторых, даже и на выборах бизнес-группы могли иметь пристрастия к разным кандидатам, что и случилось в 1999 и 2000 годах.

В-третьих, между готовностью поддерживать Кремль в обмен на получение в свои руки общенациональных СМИ, и реальной поддержкой власти тогда, когда эти СМИ уже находились в руках олигархических групп, лежала определенная, иногда – очень большая дистанция.

Все это оказалось неожиданным для Кремля, особенно в 1999 году – когда речь вновь зашла о судьбе власти в стране, и несколько олигархических групп во главе с медиаимперией Гусинского пошли политической и информационной войной против Ельцина и его окружения.

Но все началось еще в 1997 году с информационной войны по поводу залоговых аукционов, а проще говоря – по поводу раздачи кусков национальной собственности в руки олигархических групп в качестве платы за поддержку Ельцина на выборах. Претендентов на самые лакомые куски этой собственности было больше, чем кусков. Кремль делал выбор, но каждый раз в чью-то пользу. В руках у проигравших было информационное оружие и против конкурента, и против Кремля, который сделал «неправильный выбор».

Информационные войны не такое уж большое зло для публики и СМИ. Каковы бы ни были цели их вдохновителей, публичным результатом этих войн стало то, что СМИ очень много интересного, полезного и правдивого рассказали, а публика, соответственно, узнала о новых хозяевах страны и собственно о власти.

Одной из первых жертв информационных войн, кстати, стал теоретик новой модели взаимоотношений власти, бизнеса и СМИ Анатолий Чубайс. Пострадал он от других авторов этой модели, двух других членов группы ГБЧ – Гусинского и Березовского, постоянно инициировавших критику Чубайса в принадлежащих или подконтрольных им СМИ.

К 1997 году в России окончательно сложились две самые мощные медиаимперии, а точнее – олигополии, ибо помимо

СМИ эти империи включали еще политические, финансовые, административные и даже фактически разведывательные ресурсы: олигополия Березовского во главе с ОРТ и Гусинского во главе с НТВ (естественно, что общенациональные телеканалы были и главным калибром, и авангардом соперников в информационных войнах).

К осени 1999 года, пройдя через четыре главные информационные войны 1997 – начала 1999 года, эти олигополии окончательно оформились в две общенациональные *квазипартии*, на которые нанизывались все остальные политические, в том числе и собственно партийные структуры. Лицом этих двух квазипартий были ОРТ и НТВ.

- 1997 год. Информационные бизнес-войны.

- 1998 год, весна. Первая политическая информационная война – за смещение (или против этого) Черномырдина с поста премьера.

- 1998 год, лето. Вторая политическая информационная война – за назначение «своего премьера» после отставки Кириенко. НТВ – за Лужкова, ОРТ – за Черномырдина, потом – за Примакова.

• 1999 год. Третья политическая информационная война – за смещение Примакова с поста премьер-министра и начало борьбы за политическое наследство Ельцина.

Борьба в этой войне велась на четырех главных фронтах. Первый фронт – *примаковский*. И ОРТ, и НТВ сначала были за его смещение, но когда Гусинский и Березовский не сошлись в кандидатуре, которая заменит Примакова в кресле премьера, они разошлись и на втором фронте, *скуратовском*.

Мало кто помнит, но в первоначальном обнарождении факта наличия компрометирующей генпрокурора пленки приняли участие не только руководители ОРТ и ВГТРК (чей канал в конце концов и показал пленку), но и гендиректор «Медиа-Моста» и НТВ Игорь Малашенко. Однако позже НТВ стало защищать Скуратова, подрывая доверие к Ельцину и начав кампанию против Семьи. Так возник третий – *семейный* – фронт. Борьба на нем Гусинского включала дискредитацию лично Ельцина, его физической семьи и семьи политической (дело Бородин, борьба с Аксененко и Березовским), а также фактическую поддержку идеи отставки Ельцина, инициированной вообще-то коммунистами, злейшими врагами медиаолигарха.

Четвертый фронт – собственно *премьерский*, или *наследничий*, ибо новый премьер скорее всего должен был стать наследником Ельцина в Кремле.

НТВ боролось против кандидатуры Аксененко, поддерживая Степашина (раз не удалось провести Лужкова), а затем – против Путина. ОРТ – сначала за Степашина, раз не удалось провести Аксененко, потом против него, но за Путина.

Далее наступило главное сражение третьей политической информационной войны. Это осень 1999 года – зима 1999–2000 годов. Судьба мест в парламенте и президентского кресла разыгрывалась в схватке не на жизнь, а на смерть между олигополиями Березовского (ОРТ) и Гусинского (НТВ).

Партия ОРТ выдвигала на пост президента – Путина, в Думу – «Единство» и СПС (Березовский к этому времени опять соединился с Чубайсом).

Кандидатами партии НТВ (Гусинского) были: в президенты – Примаков, в премьеры, который вскоре должен был заменить Примакова в Кремле, Лужков (дублер – Явлинский), в Думу – «Отечество – Вся Россия» и «Яблоко».

Для аудитории свобода информации была полнейшей – враждующие медиаимперии рассказывали о соперниках и их клиентах все и даже кое-что сверх того. Для СМИ свобода была максимальной, но в рамках того, что обеспечивало достижение победы. Если СМИ не делали то, что хотели хозяева, то действовали два рычага: (1) перебои в финансировании СМИ; (2) смена главного редактора. Партия Гусинского была более сплоченной идеологически, поэтому там почти не менялись первые лица в СМИ (правда, вскоре НТВ по собственной инициативе покинул один из его создателей Олег Добродеев).

У Березовского империя была неорганизованной. Поэтому он постоянно менял руководителей СМИ, в нее входящих, в том числе и тех, кого назначал сам. Он расстался с Львом Гуциным («Огонек»), Сергеем Благоволиным (ОРТ), Эдуардом Сагалаевым (ТВ-6), Рафом Шакировым («Коммерсантъ») и, наконец, – позже всего, в начале лета 2001 года со мною («Независимая газета»).

Последний эпизод случился уже за рамками третьей политической информвойны (она закончилась с избранием Путина президентом). Но политическое поражение в этой войне партии НТВ (Гусинского) не смутило самого медиаолигарха. Он начал четвертую политическую информационную войну, которую я называю *Большой медийной войной*. Фактически, конечно, третья и четвертая войны были единой кампанией, разделенной лишь небольшой передышкой (январь – начало марта 2000 года). Тем не менее в силу ряда обстоятельств, о которых надо говорить отдельно, я разделяю эти схватки.

Подробно история Большой информационной войны изложена в моих статьях того периода, которые я собрал воедино в седьмом разделе данной книги. Хронологически Большая медийная война разворачивалась в последний из рассматриваемых мною периодов новейшей истории российской прессы, к которому я и перехожу.

СВОБОДА СЛОВА ПРИ ГОСУДАРСТВЕННОМ ДОМИНИРОВАНИИ В СМИ: с весны 2000 года и по сей день

После президентских выборов 2000 года Владимир Путин и его команда, на собственной судьбе испытавшие мощь двух квазипартий ОРТ и НТВ, разгромили сначала одну олигополию («Медиа-Мост») – не без помощи Березовского. А затем и олигополию самого Березовского, который захотел диктовать Кремлю свои правила игры.

Так получилось, что с осени 1995 года я работал с Березовским, возглавляя «Независимую газету», включенную (правда, на особых правах) в его медиаимперию. Кроме того, я неплохо знал и Владимира Гусинского, руководителей «Медиа-Моста» и СМИ, входивших в эту группу. Словом, я оказался отчасти внутри всей этой борьбы, во всяком случае гораздо ближе к ее эпицентру, чем многие другие. Моя профессиональная и политическая позиция резко отличалась от позиции руководителей этих олигополий, как я их, вслед за политологом Андраником Миграняном, стал называть. Я полностью осознавал необходимость для государства, центральной власти и президента, созданного одной из этих олигополий в борьбе с другой, ограничить их влияние на жизнь государства и общества, ввести это влияние в рамки нормы. В реальности же на начало 2000 года возможности империй Березовского и Гусинского едва ли не превышали мощь и власть не то что всех остальных политических сил страны, но и совокупности основных государственных институтов власти – парламента, правительства, суда и даже президента. Иллюзий относительно того, что медиаимперии Гусинского и Березовского в своей борьбе с Кремлем лишь отражали интересы гражданского общества, у меня не было. Я знал это и теоретически, и практически: цели отрабатывались эгоистические, а из интересов гражданского общества, еще не сформировавшегося и, естественно, не вполне свои интересы осознававшего, бралось лишь то, что укладывалось в прокрустово ложе исключительно частных интересов этих олигополий. Более того, там, где эти частные, эгоистические интересы вступали в противоречие с интересами, как я их понимал, не только власти, но и гражданского общества, медиаолигархи всякий раз выбирали свои интересы.

Поплатившись за такую позицию в конце концов постом главного редактора созданной мною «Независимой газеты», я тем не менее не жалею о случившемся. Передо мной встала проблема морального, гражданского и политического выбора, что часто бывает в журналистике, но в менее значимых масштабах (об этом мы еще поговорим в специальной лекции). И я этот выбор, даже ценой потери мною созданного, сделал.

В моих статьях периода 1999–2001 года в значительной степени отражена и хроника, и так сказать «теория» этого периода истории нашей журналистики, полностью к тому времени сросшейся с политикой, поэтому для печатного курса лекций я и воспользуюсь своими статьями, в которых вся эта история анализируется и отчасти описывается.

Перед этим, однако, вернусь к критериям, по которым я и делю историю новейшей русской журналистики на определенные периоды. Напомню эти критерии: свобода слова, взаимоотношения с властью, экономическая свобода СМИ.

Так вот, в начале этого, последнего, то есть текущего на момент выхода этого курса, периода экономическая свобода СМИ была полностью ограничена стратегией и возможностями олигополии, в которые эти СМИ входили; свобода слова (за малыми исключениями, в частности это была руководимая мною «Независимая газета») – рамками конкретной поли-

тики тех же самых олигополии. А отношения СМИ с властью, естественно, были продолжением отношений с властью владельцев медиа-империй.

Сами по себе свобода слова и свобода печати в связи с этой ситуацией в России не погибли, но основной их потенциал использовался для борьбы с властью или борьбы за власть. Все остальное было побочным, то есть маргинальным.

К концу же этого периода обе главных олигополии были разгромлены – методами, не вполне законными юридически, но вполне адекватными тем, какими они сами боролись с властью и со своими конкурентами.

Проще говоря, была осуществлена демонополизация в медиасфере с одновременной ренационализацией самого главного СМИ страны – первого телеканала (ОРТ). Средств массовой информации не стало меньше – здесь аудитория ничего не потеряла. У них просто стало больше владельцев, правда, более лояльных центральной власти. Кстати, даже Гусинский и особенно Березовский сохранили часть своих империй, но исключительно в виде печатных изданий (издания ИД «Коммерсантъ», нынешняя «Независимая газета», «Еженедельный журнал», «Новая газета», связи с некоторыми активно работающими в московской прессе журналистами).

Действительно, государство (власть) поставили под свой контроль главный телеканал страны («Первый», ОРТ), ранее фактически находившийся в распоряжении частного лица (Березовского), усилив тем самым свое присутствие на медиарынке. То есть государство осталось единственным крупным монополистом на этом рынке, что теоретически не очень правильно. Практически же это был правильный шаг – полностью на тот момент соответствовавший интересам не только власти, но и общества. С учетом специфики России, естественно, и специфики конкретного этапа ее истории.

Говорить о справедливости в том, что касается владения общенациональными СМИ, вообще невозможно. Не вполне ясно, что будет дальше, но на момент выхода в свет этой книги под полный государственный контроль центральной власти поставлены четыре из шести действующих в России метровых канала: «Первый» (ранее контролировался Березовским), «Россия» (второй), «Культура» (пятый) и шестой (ранее контролировался тоже Березовским). ТВЦ (третий канал) контролируется московской властью. Кстати, этот канал довольно критичен, если не сказать, что оппозиционен всей центральной власти, кроме лично президента страны. НТВ (четвертый канал), ранее принадлежавший Гусинскому, контролируется одной из крупнейших госмонополий страны «Газпромом», но время от времени демонстрирует оппозиционность. Во всяком случае его отличает гораздо больший плюрализм, чем прямо государственные каналы.

Дециметровые каналы (в Москве их еще до десяти) – частные, хотя и находятся в руках бизнес-групп в целом лояльных центральной власти. Но эти каналы, как правило, развлекательные.

Я объясняю (и отчасти даже оправдываю) фактическую ренационализацию метровых (общенациональных) телеканалов страны двумя причинами.

Первая. В пик плюрализма собственности на общенациональные каналы, несмотря на то, что фактических собственников было больше, чем сейчас (федеральная власть, московская власть, Березовский и Гусинский), эти каналы не представляли все значимые политические силы страны и все значимые социальные группы России, в том числе и электоральные. КПРФ, крупнейшая партия России, и все левые (в нашем понимании) слои населения (а это как минимум 30–40 миллионов человек) не были представлены ни через государство, ни через частных лиц среди собственников телеканалов. В этом смысле ренационализация даже восстановила политический баланс и то, что можно назвать справедливостью.

Вторая причина. В период политических битв 1999 года центральная власть окончательно осознала, что федеральные каналы в политике сравнимы с ядерным оружием в воен-

ном деле (да и в политике тоже). Между прочим, само по себе это утверждение настолько близко к реальности, что я считаю его максимой современной журналистики.

ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ ЕСТЬ ПОЛИТИЧЕСКОЕ ЯДЕРНОЕ ОРУЖИЕ, РАДИУС ДЕЙСТВИЯ КОТОРОГО ОГРАНИЧЕН ТЕРРИТОРИЕЙ ТОЛЬКО СОБСТВЕННОЙ СТРАНЫ, ЧТО ДЕЛАЕТ ЭТО ОРУЖИЕ ЕЩЕ БОЛЕЕ ОПАСНЫМ.

Именно поэтому центральная власть приняла решение ввести режим нераспространения этого оружия и сосредоточить весь (или почти весь) его арсенал в собственных руках. Справедливо ли это? Не более, чем решение пяти государств – США, СССР (России), Китая, Великобритании и Франции – ввести в международное право собственную монополию на владение реальным ядерным оружием, запретив его распространение и вводя санкции против тех, кто стремится к обладанию оным.

И хотя режим пяти ядерных держав, основанный на их собственном решении и освященный статусом держав – победительниц в войне, со дня окончания которой минуло 60 лет, фактически рухнул, вполне несправедливые соответствующие нормы международного права продолжают действовать и, как всегда в международной политике, избирательно применяться.

Абсолютно то же самое мы имеем и в России в сфере общедоверального телевидения (и радиовещания, кстати, тоже).

Дальнейшее будет зависеть не от Путина (или президента страны с любой другой фамилией), а от общемировых и общероссийских политических тенденций. Если, как утверждают многие – и я с этим согласен, мы реально вступили в эпоху медиакратии и неоавторитаризма (демократического авторитаризма, или авторитарных демократий), то новой денационализации федеральных телеканалов в России мы не увидим. Скорее, сходные процессы, но с национальной спецификой, пойдут и в других демократических странах.

Если слухи о наступлении медиакратии и неоавторитаризма преувеличены, то через некоторое время несколько федеральных телеканалов опять будут переданы в частные руки.

Ясно одно – решение об этом будет принимать правящий класс по инициативе самой мощной из групп влияния внутри его.

Пора забыть о «свободных частных СМИ» как крупнейших игроках на поле общенациональной политики. Их историческое время прошло. Что не отменяет ни возможность частного владения более мелкими СМИ, в том числе и электронными, ни свободы слова и печати (в тех пределах, в которых они ныне функционируют, о чем я уже рассказывал), ни, разумеется, самой журналистики.

Поскольку публичная политика сегодня почти на 100 % реализуется через каналы и механизмы СМИ, равно как и значительная часть политики непубличной, у публики (аудитории) создается ощущение тождественности политического процесса и его отражения в СМИ, а иногда происходит и реальное замещение политики ее *инобытием в СМИ*.

В странах, где наличествуют все необходимые элементы, субъекты и механизмы политического процесса, *медиаполитика* (инобытие политики в СМИ) дополняет реальную политику, не замещая ее полностью. В России, где отсутствуют многие необходимые элементы нормальной демократической политики, например партии, а политика (по крайней мере на уровне ритуала) функционирует, СМИ просто-напросто замещают, заменяют, *подменяют* собой то, что существует в политике как в развернутой системе субъектов, объектов и механизмов управления. Именно эту подмену, которую еще можно назвать *фальсификацией*, мы и видели в 1999 году, когда в политическом процессе, но особенно в его отражении в массовом сознании, вместо отсутствующих реальных партий функционировали фальшивые партии, или *квазипартии*, ОРТ и НТВ. Осень 1999 года показала это столь выпукло,

что не заметить подмену мог только слепой (другое дело, что этот феномен не был как-либо квалифицирован большинством аналитиков)². Но в менее очевидных формах выполнение *фантомами из СМИ* функций различных элементов реальной политики в России происходит постоянно.

Теоретически не исключено, что *квазиполитика из СМИ*, или *виртуальная политика*, может заменить собой всю реальную политику. Это и была бы медиакратия не в смысле управления миром через СМИ, а *собственно медиакратия* – где медиа превратились бы в центр власти, в главный субъект власти. Известный фильм «Хвост вертит собакой» дает эпизод такого смещения политической субъектности из конституционных центров власти в СМИ, но в жизни этого как нормы и системы пока нет. И, видимо, никогда не будет. А вот случайные или преднамеренные подмены *СМИ-фантомами* элементов реальной политики будут продолжаться и, скорее всего, нарастать по масштабам и частоте.

Кстати, в России, кроме квазипартий, сфабрикованных из *СМИ-фантомов*, существуют еще и *квазиполитики*, скроенные из того же материала, *квазиинтеллигенция*, *квазиобщественное мнение* (по некоторым вопросам), *квазипредставительные органы* власти (особенно это относится к региональным законодательным собраниям), *квазисудебные органы*, *квазиминистры* и т. д.

Это интереснейший процесс, всех характеристик и составляющих которого мы пока уловить не можем. Я предполагаю, что неавторитарные тенденции, нарастающие в современной евроатлантической цивилизации, потребуют для сохранения *видимости демократии* усиления *фантомообразующей функции* СМИ. Возможно, со временем она перестанет только *дополнять* их политическую функцию и просто *заменит* ее.

Ныне в России, да и в мире в целом, свобода слова и печати, с одной стороны, возвращаются туда, где родились – в печатную прессу, то есть в прошлое, а с другой – в сетевые издания, в Интернет, то есть в будущее. Телевидение есть слишком настоящее, чтобы те, кто имеет власть, забыли о нем.

Так что в ближайшее время нет никаких оснований ожидать наступления качественно нового этапа в наиновейшей истории русской журналистики.

² В своих пространственных записках об истории НТВ, опубликованных в «Газете» в октябре 2003 года (в связи с десятилетием компании) Евгений Киселев отмечает, что осенью 1999 года все связанные с Кремлем политики отказывались участвовать в передачах НТВ, и так объясняет это: «НТВ попало в информационную изоляцию. <...> И это было неспроста. Была поставлена задача, формулировали ее, между прочим, серьезные политологи и специалисты по пиару: надо создать впечатление, что НТВ – это не средство массовой информации, а квазиоппозиция». Я бы сказал, что это ложь, но ограничусь определением «заблуждение». Легко проверить, что термины «квазипартии» (причем не только по отношению к НТВ, но и по отношению к ОРТ того периода) употреблял только я в своих статьях (гораздо позже это стали делать другие, но не часто). О «квазиоппозиции», специально соотносимой с НТВ, никто тогда не говорил и не писал. Единственным «серьезным политологом», следовательно, имеющим отношение к появлению термина «квазипартия НТВ», был ваш покорный слуга. Но ничьих заданий я, разумеется, не выполнял, а со специалистами по пиару вообще никогда не контактировал (кроме личного общения). А главное – НТВ, как и ОРТ того периода все-таки были квазипартиями, НТВ – естественно, оппозиционной квазипартией.

Лекция 7

Современная русская журналистика как конкурентная система

От страстей, надеюсь, объективно мною переданных в прошлой лекции, раздиравших русскую журналистику в 90-е годы теперь уже тоже прошлого века, стоит вернуться к хладнокровному патологоанатомическому анализу российских СМИ как системы. И, конечно, системы внутренне глубоко конкурентной.

Свободная журналистика по определению плюралистична, ибо лишь об очень немногих вещах и явлениях в общественной и даже обыденной жизни, в политике, в культуре можно сказать что-то строго определенное, а потому – единственно верное. Явления физической природы, тоже встроенные в нашу жизнь, но изучаемые естественными науками, разумеется, не в счет.

В силу этого объективного плюрализма свободная журналистика внутренне конкурентна. Глубинный уровень внутрижурналистской конкуренции определяется понятием «лучше» (сказать, написать, объяснить). Казалось бы, *лучше* в журналистике – это точнее, ближе к реальности, то есть правде. Но это не обязательно так. Ведь в обыденной жизни даже приблизительность бывает очень ценна. Если городу угрожает опасность, то гораздо важнее узнать о самом факте опасности, чем о ее характере или точной дате ее наступления.

Кроме того, обыденная жизнь, да во многом и политика, складываются из довольно небольшого набора стандартных событий и явлений. Понятия «война», «катастрофа» (автомобильная, железнодорожная или авиационная – неважно), «смерть» (политика, известного артиста или писателя) вызывают сходные эмоции и реакции в сознании людей.

«Президент страны умер». Это сообщение важнее, чем причина смерти, если только это не насильственная смерть, что в общем-то (по отношению к главе государства) передается уже не понятием «смерть», а понятиями «покушение», «государственный переворот», «акт политического терроризма».

Поэтому в журналистике, призванной (по первой своей, первородной функции) сообщать о случившемся всем, кого это хоть в малой степени касается, существует и внешний (или поверхностный) уровень конкуренции, легко определяемый словом «БЫСТРЕЕ».

В принципе оба уровня конкуренции существуют в глубоком единстве – нельзя отдать предпочтение ни одному, иначе появление радио убило бы газеты, чего не произошло. Радио (сейчас его начал обгонять Интернет) – на сегодня это самая оперативная технологическая система журналистики, но и газеты продолжают существовать и даже преуспевать.

Оперативность радио не помешала становлению самой влиятельной и мощной сегодня технологической системы журналистики – телевидения. Просто потому, что телевидение, отставая в оперативности подачи информации, дает аудитории больше, чем радио.

Телевидение транслирует еще и «картинку», изображение, что конечно же полнее (*лучше*) отображает событие (даже при том же наборе произнесенных слов). Кроме того, чтение диктором одного и того же текста по радио и по телевидению создает разный эффект. На радио «работают» лишь текст и голос, а на телевидении – еще и мимика, жесты, внешние данные диктора или ведущего.

Радио оперативней, чем телевидение, телевидение полнее, чем радио, и гораздо оперативнее газет, однако газеты все равно живут. Для многих написанный текст оказывается полнее, богаче, *лучше*, чем даже телерепортаж. Об этом мы еще поговорим

подробнее, разбирая специфику работы пишущих, говорящих и показывающих журналистов. Здесь же я хочу отметить лишь то, что и

быстрее не является самым главным в журналистике (кроме, пожалуй, информационных агентств, для которых *быстрее* других – все-таки главная качественная характеристика их профессионализма).

Мой старший коллега по давнишней работе в АПН Павел Антонов любил повторять: НЕ ПИШИ БЫСТРЕЕ ДРУГИХ, ПИШИ ЛУЧШЕ ДРУГИХ. ТО, ЧТО ТЫ БЫЛ ПЕРВЫМ, ЗАБУДЕТСЯ, ТО, ЧТО ТЫ НАПИСАЛ ЛУЧШЕ, – ОСТАНЕТСЯ.

Это, безусловно, максима. Причем золотая.

В принципе, как журналист-аналитик, я с этим согласен, но как главный редактор и журналист вообще не могу возвести этот принцип в статус абсолютного правила. *Раньше других* – это все-таки очень важно в журналистике. И не только потому, что моментально и зримо, я бы сказал, физически фиксирует твое лидерство, в первую очередь для профессионалов и профессиональных потребителей журналистской продукции (политиков, аналитиков, спецслужб), но и потому, что тот, кто сообщает раньше, во-первых, привлекает к себе внимание аудитории, а во-вторых, вызывает дополнительное к себе *доверие* (раз он узнает что-то раньше других, значит, знает это лучше других – логика здравого смысла).

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.