

## ДИСКУССИЯ

**А. С. ЗАПЕСОЦКИЙ:** — Я рад приветствовать участников нашей дискуссии из Москвы и Петербурга. В первую очередь скажу несколько слов о той проблематике, которая волнует организаторов Чтений, Университет, чтобы далее мы поговорили о том, как складывается и развивается ситуация в СМИ.

Кафедра журналистики нашего Университета, созданная около 10 лет назад, провела цикл исследований, и мы полагаем, что сегодня журналистика и в стране и в мире находится в сложной ситуации. В первую очередь это связано с некими глобальными процессами развития, особенно с экономическими обстоятельствами, которые во всех индустриально развитых странах мира складываются примерно одинаково. Если раньше средства массовой информации позиционировали себя как социальные институты, работающие в интересах населения, и классическая точка зрения заключалась в том, что они служат обществу — зрителю, читателю, работают на потребности человека в получении информации, то сегодня мы видим, что все более и более СМИ воспринимаются и позиционируются даже ими самими как орудие манипулирования сознанием людей и рыночный инструмент, предназначенный для извлечения барышей. Для руководителя СМИ главной задачей становится получение прибыли; каким методом это достигается — неважно.

Подобные тенденции наблюдаются во всем мире. Исследователи других стран бьют тревогу: происходит деформация средств массовой информации. Целый ряд видных западных ученых на реальных примерах показывают, что СМИ все больше становятся орудием в руках крупного капитала, обслуживают его интересы, на рынке медиа происходит монополизация. Существуют концерны, в которых действует по несколько сотен СМИ, и задача их всех — донести определенные позиции до разных сегментов рынка. Аудитория воспринимается как потребитель, которым информация продается в красивой упаковке. Если, скажем, 300 СМИ сосредоточены в руках одного магната, то понятно, что здесь не может быть речи о каких-то механизмах поддержания демократии, о транслировании разных точек зрения и т. д. То есть СМИ теряют классическую функцию, традиционно им присущую, — функцию «четвертой власти», которая служит интересам народа, создает некий баланс вместе с тремя другими ветвями власти, нивелирует недостатки, способствует совершенствованию общества.

Подчеркиваю, сейчас я говорю о западных исследованиях. У нас же в стране мы с удивлением обнаружили то, чего в гуманитарных исследованиях обычно не быва-

ет. Когда в точных науках разные институты изучают один и тот же процесс, как правило, ученые получают сходные результаты. У гуманитариев так случается редко. Если, к примеру, три института исследуют какой-либо феномен, они приходят к различным итогам: здесь велик субъективизм. Что же касается отечественных СМИ, то самые разные учреждения — вузы, научно-исследовательские институты — делают выводы очень сходные и тревожные. При этом в центре общественного внимания все время находится одна и та же проблема, искусственно подогреваемая самими СМИ. Они говорят: мы есть нечто оппозиционное, наша основная функция — борьба с властью. И в глазах, скажем, журналистского сообщества (которого на самом деле не существует, но об этом я скажу чуть позже) главное, что должны делать средства массовой информации, — противостоять власти. Но это абсурд! В философской мысли взаимоотношения общества с властью проанализированы достаточно глубоко. Упрощенная схема выглядит примерно так: когда власть права, средства массовой информации и все общество должны поддерживать ее в благих делах; когда же власть допускает безобразия, конечно, и общество и средства массовой информации должны с этим бороться. Однако если посмотреть, к чему привлекается общественное внимание, то приходишь к выводу: СМИ считают, что главное — оппозиционность. На самом деле за кулисами формируется мнение, что самое важное — это экономическая рентабельность. Если СМИ будут оппозиционными, то они якобы привлекут к себе внимание и, значит, будут решать свои экономические задачи — формула приблизительно такая.

Все это напоминает сегодняшнюю ситуацию с высшим образованием, где идут чрезвычайно разрушительные процессы, практически происходит слом системы образования почти до основания, а общественное внимание приковано к ЕГЭ. Наша школа формирует иной тип личности чем, допустим, 10 лет назад, а общественность и, кстати, СМИ обсуждают только ЕГЭ. Не знаю, осознанно это или нет, но таким образом отвлекается внимание от действительно важных проблем.

Все исследователи, занимающиеся проблемами СМИ, приходят примерно к одинаковым выводам: современное состояние и, самое главное, тренд развития СМИ противоречат общественным интересам. Одним из самых вредных социальных институтов признают телевидение. Какую бы научную работу я ни взял, даже институты, далекие от СМИ, например, те, которые занимаются проблемами информатизации и делают отчеты по информационной безопасности, в число основных угроз информационной безопасности включают работу отечественного телевидения.

Исследовательская группа Российской академии наук под руководством Олега Богомолова сейчас проводит большое исследование. Тема — развитие экономики России в зависимости от культуры. И в их работах СМИ фигурируют в качестве одного из самых опасных и деструктивных факторов. Я ни в коем случае не хотел бы заниматься огульным очернительством — ни журналистики, ни отдельных журналистов; среди них масса сильных профессионалов, порядочных людей, преданных и профессии, и стране. Тем не менее общая ситуация тревожная, и в России прослеживается значительное вмешательство крупного капитала в развитие СМИ и огромное влияние рыночных механизмов. Я считаю, что у нас, как нигде на Западе, сильно влияние экономических факторов. Формируются целые секторы, рассматривающие работу СМИ как продажу товара — информации. Конечно, от экономики никто не свободен, и эта тенденция всем присуща в той или иной степени, но есть некая грань, переходя которую, средства массовой информации превращаются в нечто совершенно иное. В связи с этим возникает вопрос: где грань, за которой журналистика становится чем-то иным? В Петербурге, например, есть пул, который владеет четырьмя средствами массовой информации, и они готовы за деньги кого угодно смешать с грязью. В суде того района, где находится головной офис этой компании, один из судей с утра до ночи ведет дела по искам граждан против нее. Все четыре СМИ размещают порочащую информацию непрерывно и постоянно судятся. Но если в итоге их штрафуют на суммы меньшие, чем они получили за публикацию, значит они работают рентабельно, то есть выполняют свои задачи. И общество считает это журналистикой. Более того, они не все печатают, а занимаются еще и продажей информации, курсируют между правоохранительными органами и бандитскими структурами, выступая как посредники.

Расплата за это простая. Если в Англии, Франции, Германии доверие населения к СМИ находится на уровне 70 %, в Румынии около 30 %, то в России, по данным Фонда «Общественное мнение», телевидению доверяет примерно 45 % населения (это понятно: «картинка» вызывает большее доверие); печатным медиа — приблизительно 30 %. Наш Университет провел замеры в Петербурге: здесь средствам массовой информации верят 20 % населения. Можно считать, что реальное доверие стремится к величине, сопоставимой с погрешностью измерения. Тенденция чрезвычайно тревожная, и я уверен, что даже власти сейчас пилат сук, на котором сидят. Они считают, что управляют этой сферой — отдельные СМИ собирают в пулы, передают их олигархам или псевдоолигархам и говорят: это ваше; нам важно, чтобы в нужный момент на выборах ваша газета или телеканал сработали так, как надо. Но последние президентские выборы показали, что, например, петербургские каналы никакого влияния на граждан не имеют. Я был в городском избирательном штабе, мы обменивались мнениями по этому поводу и пришли к выводу, что телевидение выполняет диаметрально противоположную функцию, хотя вроде бы находится в руках доверенных лиц власти. Телеканалы должны были привести людей на выборы, но они этого не добились. И мы знаем, что происходит с результатами выборов, и понимаем, что дело подошло к опасной черте.

Я считаю себя журналистом — много лет работал в этой области и сейчас сотрудничаю со многими ведущими СМИ. Да и вырос я в семье журналистов, и создал кафедру в Университете. И я считаю, что журналистика в опасности. В России не существует журналистского сообщества. Оно поражено разобщенностью, конкуренцией, противодействием, «подковерными» делами. Сообщества нет, зато есть мэтры журналистики. Они брезгливо смот-

рят на то, что происходит в СМИ, и стараются от этого отстраниться. В нашей стране произошла деформация журналистских союзов, они не выполняют своих основных функций — регулирующих. Более того, складывается впечатление, что руководители СМИ полагают: ничего страшного, если конкуренты развалятся — мое-то издание качественное, оно будет жить. Но так не бывает. Население теряет доверие ко всем СМИ. Каждый из нас знает, сколько газет мы выписывали, скажем, во время перестройки и сколько выписываем сейчас. И дело здесь не в деньгах. Если бы рядовой гражданин был уверен, что разные газеты несут действительно интересную информацию, по-разному осмысляемую, он бы их выписывал.

Но самая опасная тенденция нашего времени заключается в том, что информация превращается в товар. Деньги, которые являются средством, в сфере СМИ превращены в самоцель. У журналистики должны быть ценности более высокого порядка, но как мы сможем этого добиться, я не знаю.

**В. К. МАМОНТОВ:** — Напоминаю, что наша тема — современные средства массовой информации в свете тех проблем, о которых только что сказал Александр Сергеевич, сформулировав это предельно остро: журналистика в опасности. У меня за многие годы выработалась определенная точка зрения на предназначение журналистики — я бы сказал, мое мнение находится где-то посередине. С одной стороны, мы когда-то говорили о том, что журналистика «четвертая власть», но при этом обманывали и себя, и аудиторию. Кроме власти над читателем или зрителем, никакой другой властью журналистика обладать не должна. Однако и здесь есть некоторые нюансы: если сравнить, скажем, телевидение и газету, то сущность этой власти весьма различна. С газетой человек вступает, я бы сказал, в «интимные» отношения — он может читать любимое издание много лет, оно становится его собеседником и другом, в то время как телевизор — всего лишь прибор, который просто воздействует на человека (хотя и для газеты это в какой-то мере характерно). У зрителя с телевидением крайне редко бывает обратная связь, если вообще бывает. Вы когда-нибудь видели обзор зрительских мнений на телевидении? В газетах это иногда появляется. Например, мы возродили рубрику «Читал “Известия”. Зацепило!», и она очень популярна. На сайте «Известий» недавно поместили несколько новых материалов, где высказываются мнения, противоречащие либеральным, в частности, по вопросу о гей-параде в Москве. Получили очень много откликов. То есть у нас налажены некие взаимоотношения с читателями.

А как было раньше? Александр Сергеевич сейчас сказал, что в перестройку газеты были очень популярны. Но более деструктивной прессы, чем в тот период, не было в течение всей нашей истории! Власть ломала страну, а пресса с восторгом «болела»: давай-ка покруче! Хотя, конечно, однозначную оценку тем процессам дать нельзя: и в перестроечные годы, и даже в 1990-е, и в нынешние, вероятно, что-то менялось и меняется к лучшему. Но в целом обозначенная проблема сегодня действительно стоит особенно остро: пресса теряет доверие, грязнет в заказных материалах, и практически невозможно отделить правду от лжи.

Но разве не такова вся страна? Приведу «горячий» пример — недавнюю историю с падением вертолета господина Косопкина — представителя Президента РФ, когда погибли 8 человек. Только «Известия» нормально освещали это трагическое событие. Это стало возможно потому, что каким-то чудом наша газета в регионе не попала под влияние одного из выживших участников этого полета — он «держит» там всю прессу, и в итоге все остальные

молчали. Мы написали правду о происшествии, и этот товарищ обратился к нашему собственному корреспонденту Сергею Теплякову: «Ты знаешь, что такое бейсбольная бита? Так познакомись». Мы подали иск в прокуратуру. Но разве в остальных сферах жизни вопросы решаются не так же? По-моему, все, что происходит в СМИ, точно отражает то, что имеет место в других областях. Разве, например, российская экономика производит то, что действительно нужно стране?

Думаю, в итоге нашей дискуссии мы могли бы прийти к какому-то мнению не только о том, как поправить наше положение, но и о том, как переключиться на выполнение функций, которые мы сегодня не выполняем, — заняться колоссальным количеством проблем, находящихся сегодня вне поля зрения журналистики.

Передаю слово Виталию Товиевичу Третьякову, теперь он поведет нас по этой безнадежной дороге.

**В. Т. ТРЕТЬЯКОВ:** — Надеюсь, наш дальнейший разговор будет не менее откровенным, чем его начало. К тем проблемам, о которых точно сказали Александр Запесоцкий и Владимир Мамонтов, я мог бы добавить еще несколько. Ничто в нашей жизни, поверьте, люди не анализируют так ложно, как собственное положение. Мы готовы разобратся в любых грехах любой другой структуры — на словах, а иногда и на деле, но то, что происходит внутри журналистского сообщества, фактически является закрытой темой, и считается, что это неприлично обсуждать. Поэтому меня удивило, что господин Запесоцкий заявил: а) он знает об этом, и б) не стесняется об этом говорить.

А поговорить есть о чем, и я предлагаю обменяться примерами, которые покажут, где именно проблема чрезвычайно остра, и, возможно, что в связи с этим делать. Что касается телевидения, то если ситуация в стране будет развиваться по-прежнему, мы получим новое «восстание луддитов» — народных масс, которые пойдут громить телевизионные центры.

**Е. В. ХАРИТОНОВА:** — У меня ремарка по поводу сентенции Владимира Константиновича «А страна не такова ли?» В свое время мне понравились слова Бориса Акунина (возможно, он кого-то цитировал) о том, что в любой стране есть 10 % населения, которые ничем не ухудшишь, и 10 %, которые ничем не улучшишь, а «качество» остальных зависит от среды, управления, возможностей и прочих внешних факторов. Хотя СМИ не представляют собой власть, они все же являются инструментом власти, и нам не следует об этом забывать.

**Г. Г. СИЛЛАСТЕ<sup>1</sup>:** — В России сложилась «аудиторная пирамида наоборот», то есть не аудитория стала массовой, а ее доверие к СМИ — пикирующим. Что я вкладываю в этот тезис? Сегодня наблюдаются явления, которые социологам практически не с чем сопоставить. Например, у нас в стране рекордное количество людей, которые не являются аудиторией, то есть вообще не обращаются ни к каким источникам информации. Мы называем их «не-аудитория». Вот последние данные, которые, я думаю, не требуют комментариев: 77 % населения не поль-

<sup>1</sup> Заведующая кафедрой социологии Финансовой академии при Правительстве РФ, доктор философских наук, профессор социологии, заслуженный деятель науки РФ.

Руководитель Московского городского отделения Российской социологической ассоциации.

Автор более 400 научных публикаций, в том числе монографии «Сельская молодежь в лабиринте средств массовой информации», учебных пособий «Экономическая социология», «Основы экономической социологии в познании финансово-банковской сферы», «Социология страхования» и др.

Г. Г. Силласте — президент Международной ассоциации «Женщины и развитие», член редакционного совета общероссийской газеты «Москвичка» и редколлегий журналов «Социологические исследования», «Высшее образование в России».

зуются библиотеками, 61 % не ходит в кино, 64 % не посещают театры и концерты, 44 % не читают книг, 64 % не пользуются персональным компьютером.

Это новый феномен, на который мы раньше не обращали большого внимания. Ведь по сути такой массовый рост не-аудитории — это характеристика образовательного уровня и вообще интеллекта нации. В этом контексте я, пожалуй, согласилась бы с Александром Сергеевичем в том, что недостаток денег — не единственная причина того, что россияне не покупают газет и журналов, хотя это и важный момент, особенно в сельской местности (в 78 % случаев, согласно нашим опросам, люди не подписываются на периодические издания по одному ведущему основанию — на это нет денег).

Каковы вообще мотивы обращения аудитории к источникам информации? Народ читает прессу и смотрит информационные программы до тех пор, пока доверяет им. Пока население верит власти, оно следит за тем, что эта власть делает и говорит. И в этой области у нас тоже сложилась «пирамида наоборот». Я пока не готова прокомментировать последние данные, полученные по итогам прошлого месяца, но не могу их не привести. В России три первых места по уровню доверия населения занимают: церковь (47 % ей доверяют вполне), армия (такой же показатель — 47 %; подобного сближения таких разных институтов у нас до сих пор не наблюдалось), органы государственной безопасности (43 %). Мы пытаемся проанализировать и понять, по какой причине столь сильные метаморфозы должны были произойти в массовом сознании, почему таким образом вдруг выстроился ряд доверия по категории «вполне заслуживает»?

Что же касается СМИ, то им вполне доверяют 31 % респондентов, а еще четыре месяца тому назад таковых было 43 %. Почему я говорю о «пикирующем доверии»? Потому что, на мой взгляд, если так пойдет дальше, то действительно можно будет говорить о тех самых 20 %, о которых сказал господин Запесоцкий, приводя данные по Петербургу. В Москве этот уровень пока выше, чем в Петербурге и России в целом — 34–35 %. Я хотела бы сделать важный акцент: и аудитория СМИ, и не-аудитория — это, по существу, отражение состояния духовности, интеллекта, образованности нации. В этом контексте картина становится еще более тревожной.

Еще один акцент. Исключением из правила является телевидение: его аудитория в России составляет 87 %, на селе — 88 %. Эта концентрация внимания как магнит притягивает различных «деятели». В результате одичавший зритель в основном (до 62 %) имеет ориентацию на так называемые «легкие» передачи. В советское время социологи измеряли важный показатель — аудиторию информационных программ, по которому можно вполне достоверно судить о том, что происходит в головах у населения. Сегодня информационные программы по телевидению смотрят 22 %, то есть мы явно дычаем, упрощаемся и просто опешляемся, извините за непрофессорское слово. Мне искренне жаль, но газеты утрачивают функцию источника формирования общественного мнения.

**Б. Г. КЛЕМЕНТЬЕВ<sup>2</sup>:** — Как вы считаете, если в обществе складывается такая тенденция — усиление влияния телевидения и Интернета, то может ли пресса как-то реабилитироваться, поднять себя? Если она будет правдивой и интересно подавать материалы, то, возможно, это спасет ее? Или, как ни старайся, ничего тут не поделаешь?

**Г. Г. СИЛЛАСТЕ:** — К сожалению, аудитория печатных СМИ сейчас напоминает большое количество грядок

<sup>2</sup> Главный редактор газеты «Известия — Санкт-Петербург».

на неухоженном огороде. Читатели настолько разобщены, что фактически перехлеста аудитории почти не происходит. Наша пресса еще никогда не была так четко поляризована: аудитория десолидаризована, и ее невозможно объединить. Поэтому мне думается, что на этом фоне каждая газета должна сохранить свою если не постоянную, то хотя бы регулярную аудиторию. А это зависит от того, кому больше доверяют. Самый высокий уровень доверия — у местной прессы, особенно в небольших городах, хотя и ее сильно критикуют. Однако я пессимистично смотрю на будущее региональной прессы: повышая уровень доверия, она может вернуть себе лишь до 8 % аудитории. Общественной солидарности через эти СМИ добиться невозможно. Поэтому я считаю, что российская власть решила одну из своих самых сложных проблем: распространением информации консолидировать население сегодня невозможно, пресса безопасна для власти.

**В. К. МАМОНТОВ:** — Вы сказали, что местной прессе доверяют, а федеральной нет. Как представитель центральной газеты, утверждаю, что происходит следующее: когда вы спрашиваете у респондентов, доверяют ли они центральной прессе, вы должны понимать, что никаких центральных газет в этом маленьком городке давно нет. Люди вспоминают, что когда-то видели «Коммерсантъ», еще раньше — «Известия» по 2 копейки и т. д. Они говорят о недоверии, потому не читают этих газет, а читают местные — вот им и доверяют.

**В. Т. ТРЕТЬЯКОВ:** — У нас вырисовывается новая тема обсуждения — доверие к прессе. Тут можно многое сказать. Но давайте затронем и другие проблемы.

**Л. В. МАТВЕЕВА:** — Я долгое время работала психологом в различных СМИ, политических партиях и государственных структурах. Во вчерашнем выступлении господин Степин сказал о том, что мы переживаем ужасное время перемен, и напомнил о проклятии, принятом у китайцев — пожелании жить во время перемен. Но мне бы хотелось напомнить отечественную метафору:

Блажен, кто посетил сей мир  
В его минуты роковые,  
Его призвали все блага  
Как собеседника на пир.

*Ф. Тютчев*

Пир, который сейчас происходит, — информационная война. И насколько мы сможем выполнить свою миссию в этой войне, зависит, естественно, от каждого из нас — от наших усилий и способностей. Очевидно, что эта война актуализируется для нас в социологических данных, в разрозненности и нерелевантности собственной позиции журналистского сообщества, в том, что г-н Лесин лично выкинул всю социологию с телевидения и переместил в Англию. Вы знаете, что рейтинги сейчас подсчитываются не в Гэллап-медиа, а в частной дочерней компании. Управление работой СМИ происходит своеобразно: с одной стороны, г-н Сурков каждую пятницу собирает глав ведущих телевизионных каналов и дает установки, с другой — рейтинг диктует им определенные правила в структуре «товар — деньги — товар (информация как товар)».

Что является основным оружием информационной войны? В постфордистский период, судя по тому, что показывают зарубежные исследования феномена массовой коммуникации, главное оружие — фрейминг, то есть стремление таким образом изменить смысл любого события, проинтерпретировать поведение, чтобы разрушить две главные составляющие социального капитала: доверие друг к другу — на индивидуальном ли уровне, корпо-

ративном или государственном; и уважение к достоинству другого. Совершенно очевидно, что у нас есть нормальные понятия доверия и уважения, принятия другого (их может заменить слово «толерантность»), и это есть суть социального капитала.

Во властных кругах много говорят о социальной ответственности СМИ, выступают за сохранение базовых ценностей. Но могут ли журналисты говорить всю правду о том, что делается во власти? Вот весы, на которых балансируют российские средства массовой информации. Что тут можно сделать?

Из этой проблемной ситуации есть три выхода. Во-первых, изменить принципиально образование журналистов, ввести преподавание психологии воздействия, социальной ответственности, изменить личность журналиста. Мне кажется, позитивным примером тут является работа Владимира Легойды — заместителя декана факультета международной журналистики и председателя попечительского совета МГИМО, главного редактора журнала «Фома». Он ввел специальный курс церковной журналистики. Во-вторых, следует помнить, что поскольку журналисты люди творческие, они немного инфантильны, их можно конфеткой заманить к дракону. Почему они оппозиционеры? Это такая игра: мы герои, боремся со злом. Поэтому необходимо опять же вводить в медиаобразование какие-то элементы социальной зрелости, учить их быть ответственными за информацию. И третий метод — организовывать гражданские форумы и все это доводить до власти, до людей, принимающих решения. Хотим мы или нет, но количество все же переходит в качество. То есть надо не молчать и делать свое дело — по Суворову: делай то, что должен, остальное бог управит.

**И. С. КОН:** — Я никогда не поддерживаю кампании против средств массовой информации. Когда Российская академия образования недавно принимала резолюцию с осуждением телевидения и призывом к президенту принять меры, я не участвовал в голосовании, потому что не люблю театральные жесты. Но мне как-то неловко, что Академия, которая не предложила ни одной конструктивной перспективы по вопросам, которыми она обязана профессионально заниматься, с готовностью участвует в претельных мероприятиях.

У меня довольно большой опыт общения со СМИ — с середины 1950-х годов я печатался в самых разных газетах. Однако я уже много лет не читаю никакой прессы. Было время, когда у меня не хватало денег на то, чтобы выписывать периодику, затем настал период, когда надо было думать, какому олигарху принадлежит та или иная газета. А потом изменился сам характер информации.

Я также стараюсь не смотреть телевизор. Почему? С одной стороны, я согласен с мнением, что наше телевидение — ухудшенный вариант западного с культом насилия, жестокости, дешевой эротики, и смотреть это неинтересно и противно. С другой — сегодняшнее государственное российское телевидение сильно напоминает советское. И это более серьезная претензия. Я на протяжении 60 лет испытывал отвращение к телевизионной пропаганде, и когда мне предлагают то же самое, только ярче раскрашенное, то я этого смотреть не собираюсь. Так что мои источники информации — другие.

Я думаю, что словам, которые мы употребляем, принадлежит важнейшая роль. Когда у нас в 1960–1970 годах стала зарождаться социология массовых коммуникаций, я настойчиво употреблял термин «средства массовой коммуникации», и лет 10–15 был единственным, кто это делал. Это точный термин, но он предполагает наличие именно коммуникации! Что не исключает манипуляцию, разные возможности участников — и тем не менее под-

разумеает интерактивность. Тогда этот термин не привился, да и я пришел к выводу, что никакой коммуникации на государственном телевидении нет, а есть только информирование. Но является ли телевидение средством информации? Или это средство пропаганды, индоктринации, а успешно ли оно решает свои задачи, зависит от того, насколько профессионально это делается, и от некоторых объективных причин? Сегодня те устаревшие методы заведомо неэффективны — независимо от того, как честно выполняется и насколько высоко оплачивается работа людей, которые заняты этим. В этом «виноваты» тенденции к повышению индивидуализации и наличие множественных источников информации — интерактивные способы оказываются эффективнее даже с точки зрения пропаганды.

Я не призываю запретить пропаганду и везде внедрить интеракцию. Хотя мне, например, нравится радио «Эхо Москвы», я никогда не слушаю интерактивных программ, потому что мне интересны экспертные мнения, а не те, что высказывают люди, ничего не понимающие в предмете обсуждения. Но я рад, что слушателям дают возможность высказаться, и это имеет долгосрочные перспективы.

И все же почему я не люблю ругать журналистику? Это не вписывается в мои нравственные представления — я всегда помню о зеркале, на которое «неча пенять, коли рожа крива». С журналистикой произошло то, что должно было произойти. На определенном этапе она сыграла важную роль: без нее не было бы гласности. Но журналисты раскрепостились, освободились от всего, в том числе и от чувства ответственности. И это вопрос не только денег, но и уровня профессиональной квалификации. Когда у меня возникает желание бросить в кого-то камень, я задаю себе вопрос — а если бы я был на месте этого чиновника, то как поступил бы? Смог бы я принять лучшее решение? Или просто мне это не нравится, а как надо, я не знаю? По-моему, в осуждении других следует быть сдержанным. Когда журналист критикует кого-то, то не пытается поставить себя на его место, а заведомо знает, что тот продажный, невежественный и вообще плохой. Свобода от ответственности увеличилась, зато уменьшилось осознание того, что можно и что нельзя.

Особенно меня беспокоят проблемы, связанные с молодежью. Когда эта модель СМИ, за которой стоит индоктринация и пропаганда, применяется в молодежной политике, эффект бумеранга многократно усиливается. Сейчас принимаются законы и постановления, касающиеся подростковой преступности. Как специалист, могу утверждать: запретительные и ограничительные меры, в частности, введение комендантского часа, возможно, логичны и могут быть предметом обсуждения. Но все они бесполезны, если не подкрепляются и не опережаются конструктивной работой с ребятами с учетом их субкультур. А когда молодежные субкультуры ругают последними словами, например говорят, что из-за культуры эмо существуют молодежные самоубийства, то положительного результата ждать не приходится. Поэтому я могу анализировать только данные серьезных независимых исследований, проведенных в странах Запада, — я вижу, в чем их смысл. Если же я вижу цифры, которые иллюстрируют разные ужасы и широко тиражируются, то они не вызывают доверия. При этом я не знаю, откуда такая статистика — ее придумало МВД, комиссии Госдумы или еще кто-нибудь?

У меня нет практических рекомендаций — я не знаю, как обустроить мир, да это и не моя работа. Но мир развивается не от успеха к успеху и не от катастрофы к катастрофе, а от проблемы к проблеме. Решена одна проблема — появляются четыре новые. И в тех пределах, в каких это возможно, журналистов надо учить социологической мысли. То есть не устраивать сенсации вокруг

понравившейся цифры, а мыслить проблемно, показывать альтернативы, сложность одного решения, последствия другого... Меньше категоричности — тогда вовлекается слушатель и читатель, возникает понимание различных аспектов, всевозможных нюансов и пр. Это вопрос профессиональной культуры журналиста, а с ней тесно связана журналистская этика. Тот, у кого эта культура есть, обращается с информацией более аккуратно.

**А. РАР:** — Мы обсуждаем роль СМИ, но эта роль постоянно меняется — и в России, и в других странах. На Западе становление «четвертой власти» проходило довольно сложно. Я вспоминаю начало 1960-х годов, когда в Германии уже почти 20 лет после Второй мировой войны была демократия. Тогда правительство провело обыск в журнале «Шпигель», главный редактор был арестован, и ему предъявили официальное обвинение в том, что он скрывал какие-то материалы, то есть занимался «косвенным шпионажем». На самом деле целью этой акции было задавить журналистов, чтобы неповадно стало писать на неприятные для власти темы.

Сегодня подобная авантюра в Германии невозможна. У нас действительно создано для одних идеальное, для других весьма неудобное гражданское общество, где государство является только одним из действующих лиц в формировании и проведении политики. Канцлер, чиновники и политики все время ориентируются на прессу: когда приходят на работу утром, то смотрят, что о них пишут, не слишком ли критически о них отзываются, и в зависимости от этого выстраивают свое поведение. Можно сказать, что главные редакторы крупных немецких газет действительно вершат политику и считают, что делают это наряду с государством.

Господин Шредер в последние годы своей власти на одном из приемов встретился с главным редактором того же «Шпигеля», и тот во всеуслышание сказал: «Господин Шредер, я вас не боюсь, но вы меня должны бояться». Произошел небольшой скандал, но Шредер-то отошел, а главный редактор, широко улыбаясь, остался стоять на том же месте. Это показывает состояние «четвертой власти» в сегодняшней Германии. СМИ у нас начинают снимать политиков.

Месяц тому назад выяснилось, что пресса «уволела» председателя правления АО «Немецкие железные дороги». Сначала узнали, что он собирал досье на своих сотрудников, но это не стали предавать огласке. Однако когда он начал проявлять пренебрежение к прессе — невежливо разговаривать с журналистами, отказываться от интервью, то они организовались и за две недели его «ушли». Просто каждый день на первой странице писали о том, что господин Мейддорн должен уйти в отставку, уйти в отставку... Это один из многих примеров того, как в Германии пресса добивается своего. Сняли с должности одного из самых крупных деятелей Германии, причем с позором.

Здесь, в вашей стране, мне часто приходится слышать, что западноевропейские средства массовой информации критически пишут о России. Это действительно так, но одна из причин такого восприятия заключается в том, что европейские газеты имеют некоторые особенности. В англо-саксонских странах, то есть в США и Великобритании, газеты организованы определенным образом. Человек, которому нужна «голая» информация, в «неукрашенном» виде, читает news на первой, второй, третьей полосах газет, и, я думаю, это серьезный журнализм. А если читатель хочет получить комментарии или узнать, что главный редактор думает о Путине или Медведеве, он это читает на пятой странице в колонке комментариев.

В Германии, Франции, Испании, Италии принято этот моральный аспект включать в комментирование новости

на первых страницах. Поэтому немецкую газету иногда и открывать не надо — уже с самого начала ясно, что она думает о господине Путине, или о Брауне, или о Квасньевском. Опросы общественного мнения в Германии показывают, что немецкому читателю это нужно, он идентифицирует себя с газетой, хочет понимать точку зрения главного редактора. Поэтому он это принимает и даже требует, чтобы моральный аспект присутствовал в новостях. Я не говорю, что это хорошо, а привожу этот пример, поскольку наши медиа развились и в этом направлении. При этом общественное государственное телевидение в Германии, к сожалению, почти никто не смотрит. Аудитория новостных каналов — а у нас их два — не превышает 6 % населения. Все смотрят частное телевидение, то есть развлекательные программы.

Я согласен с Владимиром, что СМИ отражают состояние общества. Но не могу согласиться с тем, что Вы сказали о перестроечной прессе. По-моему, в те годы, когда началась гласность, газеты и журналы исполняли главную роль, они отражали то, что думали граждане — ведь до того людям десятилетиями ввали, определенные вопросы вообще не поднимали. Потом стали появляться статьи и передачи, которые призывали к свержению власти, разрушали систему — это уже на совести журналистов; но начало гласности, я думаю, было святым делом.

Сегодня, как мне кажется, в России среди журналистов и главных редакторов есть согласие в том, что надо поддержать великую историческую идею укрепления государства после неразберихи 1990-х годов. И это тоже правильно. На Западе это не всегда понимают — что сейчас консенсус, сейчас времена такие... Так что и тогда, в 1980-е, и сейчас, по-моему, пресса отражала и отражает основные настроения в элитах. Главное, что все это можно решить и законодательно оформить. С одной стороны, надо защищать журналистов, чтобы они не боялись писать правду, с другой — журналист должен перед законом отвечать за то, что он сказал или написал. Это простая истина, но ее, по-моему, каждый раз надо подтверждать в национальном и европейском законодательстве.

И последнее. Меня, как и многих других, тревожит, что люди все меньше читают. Ребята моложе 21 года проводят много времени в Интернете, в блогах. Я иногда захожу в какие-то блоги, но, в общем, эту коммуникацию не понимаю. Там можно писать что угодно, в том числе нецензурные выражения, но исследования показывают, что подрастающее поколение именно оттуда, из блогов, черпает важную для себя информацию, формирующую мировоззрение. Думаю, что это будет усиливаться, особенно на фоне того, что из-за финансового кризиса многие газеты закроются, так как в них некому станет размещать рекламные объявления. Особенно это касается региональных газет, которые существуют только за счет рекламы. Таким образом, Интернет, естественно, будет главным источником и средством получения информации.

— Господин Рар, если пресса способна быть оппозиционной к власти, тогда она может себе позволить разговаривать с политиками и чиновниками так, как Вы рассказали. Как Вы полагаете, журналистский корпус в России сегодня способен к оппозиционности либо он по существу идет на консенсус с властью, но на конфликт с аудиторией? (*вопрос из зала*)

**А. РАР:** — Я дал свою характеристику российской прессы, как я ее понимаю. На Западе есть мейнстрим, и здесь он тоже есть. Если люди будут чувствовать острую, кричащую несправедливость, то, я думаю, пресса и даже некоторые каналы телевидения станут об этом сообщать. В России есть каналы, которые не очень строго кон-

тролируются властью, но мейнстрим в российской журналистике имеет другую направленность именно исходя из того, что было в 1990-х годах. Все понимают, что слишком много расшатали и разрушили, больше этого делать не надо. Возможно, через 10 лет будет реакция на то, что мы видим сейчас; прогнозировать трудно, но я предполагаю, что пресса будет гораздо более критичной, чем в настоящее время. Однако действительно многое зависит от властей, например от того, как они будут справляться с экономическим кризисом. Можно контролировать прессу и телевидение, но Интернет обуздать сложнее, и если люди будут чувствовать, что власть ничего не делает, тон изменится.

**В. Т. ТРЕТЬЯКОВ:** — История отечественной журналистики советского периода, в том числе 1980-х годов, до сих пор не написана. Я прекрасно знаю, что было в 1990-е годы — все эти рассказы о демократии, свободе слова, печати меня не вдохновляли, я тогда просто жил и действовал. И помню массу эпизодов, свидетельствующих о том, что никакой консолидации ни с властью, ни против власти, ни по приказу власти тогда в прессе быть не могло. Тогда я, как главный редактор «Независимой газеты», из которой олигархи, появившиеся на рынке СМИ, массово перекупали журналистов, предложил другим главным редакторам: давайте установим примерно одинаковый уровень зарплат для журналистов, чтобы была честная конкуренция. Тут же вышел главный редактор газеты «Сегодня», начал рассуждать о свободе, о рынке и о прочей ерунде, или, наоборот, о прочих ценностях. Какая же честная конкуренция, если договариваться? Так что, когда мы вспоминаем о том, как было в 1990-х и даже в 1980-х, надо быть очень аккуратным. Очень многое в воспоминаниях искажается.

**А. И. УГЛАНОВ:** — Если бы три года назад я услышал то, что слышу здесь сегодня, то, скорее всего, не решился бы на новый проект — газету «Аргументы недели». Проблемы, о которых идет речь, не дают повода для того, чтобы начать новую газету, раскрутить ее и сделать прибыльной. Но, к счастью, все произошло по-другому, наша газета за год вышла на самоокупаемость, а сейчас ее аудитория составляет 890 тыс. читателей каждого номера.

Теперь о некоторых причинах падения влияния прессы. В 1990-х годах, как известно, прессу никто не зажимал, каждый писал что хотел. Вы, наверное, помните «чемоданы компромата», о которых Руцкой говорил в Государственной Думе. Но Президент России Борис Николаевич Ельцин вел себя «демократично»: никак не реагировал на выпады, в первую очередь в свой адрес, и мне кажется, что этим он повлиял на все чиновничество. Видя, как поступает лидер, остальные начали поступать так же, и это продолжается до сих пор, поэтому журналистика с политических тем стала переключаться на развлекательные, и многие массовые газеты пришли к той форме, которую они сейчас имеют.

Дальше я хочу коснуться двух тезисов, которые высказал Александр Сергеевич. Первый — о деньгах. Конечно, в газетах бывают заказные материалы — надо же как-то зарабатывать на жизнь. Но, на мой взгляд, в конечном счете все определяется интересом читателей к тому, что написано. Это банальность, но в подтверждение я могу привести два примера. Мы начали писать об авиатоме, в том числе о замечательных двигателях, которые так и не запущены в производство. Поднимали вопрос о том, что для наших знаменитых стратегических самолетов Ту-160 не хватает моторов, поэтому из 19 машин летают только 3, а остальные стоят на приколе. В тот период в Самарской области нашу газету расхватавали — и не

только там, но и в Татарстане, где должны были производить эти двигатели.

Второй тезис — о борьбе с властью. Что это значит? Борьба с властью — абстракция, власть всегда представлена конкретными лицами. Например, Алексей Кудрин — первый вице-премьер, и мы постоянно его критикуем, в частности за то, что он протасил Бюджетный кодекс, который не предполагает никакой ответственности чиновников за расходование бюджетных денег. Мы об этом пишем, но является ли это борьбой с властью? Я думаю, что нет — это как раз то, чем и должна заниматься журналистика и что вызывает интерес у читателей.

И последнее, что я хотел сказать. Если газета не хочет существовать за счет чьих-то финансовых «вливаний», то ей придется стать интересной. Все же она должна быть развлечением, но не в том смысле, который мы вкладываем в это слово, а развлечением другого свойства, например, интеллектуального.

**Ю. А. РЫЖОВ:** — Моя связь со СМИ — косвенная. Правда, когда-то я был соучредителем «Московских новостей», потом в составе одной общественной команды защищал НТВ, сейчас Горбачев создал такую же команду при «Новой газете». Первая команда потерпела поражение, НТВ ликвидировали. Правда, «Новая» еще существует и имеет перспективу, тем более после многообещающей встречи с президентом страны.

Как сказал Владимир Константинович, в перестроечные времена пресса разваливала государство, но в этом вопросе я придерживаюсь точки зрения Александра Рара.

Я уже сказал, что мы защищали киселевское НТВ и, хотя командировали тогдашнего лидера этой группы Михаила Сергеевича Горбачева к Путину, и они побеседовали, канал НТВ развалился. В целях консолидации населения главной задачей так организованной власти во все времена было формирование в сознании людей образов врагов — внутреннего и внешнего. Инструментами такого формирования наряду с действиями власти всегда были СМИ, разные их формы, менявшиеся по мере технического прогресса от печатных к электронным: сначала радио, а теперь ТВ. Телевидение сегодня — самый мощный механизм обработки и ориентации общественного сознания, и выстроившаяся у нас в 2000-х годах система власти, понимая это, оперативно поставила этот инструмент под контроль «вертикали», то есть не только федеральные каналы, но (через ликвидацию выборности региональных руководителей) и местные каналы.

Конечно, не были забыты и традиционные СМИ — радио и печатные издания. Попытки последних выйти из-под контроля пресекаются разными способами, вплоть до физических расправ с их редакторами и авторами. Все помнят убийства Дмитрия Холодова, Анны Политковской, загадочную гибель Юрия Щекочихина. Последняя жертва на сегодняшний день — зверски избитый и покалеченный редактор «Химкинской правды» Михаил Бекетов. Формируя поле внутренних врагов с помощью принятия антиконституционных законов, перевода некоммерческие организации в разряд платных агентов врага внешнего — Запада, власть определила задачи контролируемых ею СМИ в этом важном для сплочения нации перед лицом «врагов» деле. На государственном телевидении поработавшие «ящиком» граждане видят, как страна «встает с колен», обливаются слезами, просматривая бесконечные сериалы, и слегка раздражаются гламуром и показным размахом разбогатевших олигархов в нашем фантастически разделенном обществе. Мы видим на экранах ТВ, как возрождается перед лицом внешнего врага наша военная мощь: стратегические бомбардировщики летают над Западной Атлантикой, остатки советского Военно-морского

флота посещают латиноамериканских союзников России, демонстрируют ее флаг в Средиземноморье и даже грозят бандитами в далеких проливах. Спецслужбы регулярно обнаруживают шпионов, завербованных внешним врагом, и западных дипломатов, разбрасывающих архаичные «закладки» на московских газонах.

Нам демонстрируют успехи страны, наконец навалившейся на высокие технологии, в первую очередь на столь модные «нано». Деньги, обещанные государством на «нано», возбудили множество энергичных граждан, которые до того ничего о нанотехнологиях не знали, а теперь начинают оттеснять от этой деятельности коллективы и специалистов, занимающихся данным вопросом в течение десятилетий. Это мой собственный жизненный опыт. Те, кто здесь живут, помнят пропагандировавшиеся властью и ее СМИ «национальные программы» — кукуруза, целина, БАМ... Сегодня вернем из прошлого и покажем по телевидению **стройотряды, народные дружины...** СМИ с помощью власти и самоцензуры «государственников» вернулись в прошлое, что затруднило, если не свело на нет диалог культур, столь важный для развития гражданского общества. Слава богу, есть пока канал «Культура» и скромное информационное «гетто» на РЕН-ТВ.

Кстати, об информационным программам. Есть расхожее мнение, что они не имеют рейтинга, малоинтересны и так далее. В качестве примера могу привести Киев. Как бы мы ни относились к их «оранжевым революциям» и вроде бы хаосу, выдвигавший из московского телевидения Савик Шустер 3 часа держит в прямом эфире украинскую аудиторию. Я думаю, что мы психологически не сильно отличаемся от наших братьев по крови украинцев, а почему-то считается, что здесь неактуальны информационные программы. Конечно, это не так — это сознательное подавление информационных программ.

Параллельно с этим процессом деградации СМИ как механизма обратной связи (парламентский механизм уничтожен как «не место для дискуссий») между властью и обществом возникло занесенное с Запада и трудно контролируемое средство массовых коммуникаций — Интернет. Здесь, как в освободившейся печатной прессе во все времена и во всех странах, полно помоев, похабщины, антисоциальных сайтов, включая фашистские, блогов и просто бреда. Но, как и в былые времена, нам является разумный анализ, дискуссии по экономическим, политическим, культурным проблемам, которым нет места вы знаете где. А там, где им нет места, малограмотные в области современных информационных технологий «слуги народа» изобретают конструкцию удавки на Интернет. Кивают на Китай и Северную Корею — там вроде уже изобрели. В действительности же с учетом технической сути Интернета способ только один — уничтожить физически всю эту технику в стране, вернув ее в информационное средневековье.

Приведу сравнительно недавний пример. Андрей Сергеевич Смирнов, автор «Белорусского вокзала» и сын Сергея Смирнова («Брестская крепость»), к 100-летию парламентаризма в России, то есть первой Думы, сделал 10-серийный (по полчаса) телевизионный фильм «Свобода по-русски». Фильм очень интересный, ведущий — пиетерский поэт и рок-музыкант Юрий Юлианович Шевчук. Когда Смирнов предложил свой фильм российским каналам, ни один из них не взял, хотя это просто хороший исторический фильм, основанный на фактах и хронике. Вот один из примеров самоцензуры наших средств массовой информации, о которой здесь говорилось и что я тривиально повторяю.

А теперь еще и кризис, эта диверсия внешнего врага, который решил назло матери отморозить себе уши, впав в глубокий финансово-экономический обвал. И сделал он

это так ловко, что глубина кризиса на Западе оказалась не столь большой по сравнению с той, в которую он опустил нас. И мы сначала даже этого не заметили. СМИ нам сказали — это у них, а у нас — остров стабильности, девальвации не будет, можно спать спокойно. А когда проснулись, узнали, что у нас девальвация, падение фондовых индексов вдвое больше, чем в США, спад производства, увольнения, предприятия останавливаются и т. д. и т. п.

Как подготовились государственные СМИ к лету 2009 года, когда углубляющийся экономический кризис превратится в социальный? По-моему, это показывает освещение, точнее, неосвещение сочинских выборов. Вы знаете, какая блокада была в самом Сочи, а тем более на центральных каналах. В общем, я плачу о том, о чем всем все известно. Поэтому я считаю, что очень своевременно на IX Лихачевских чтениях была включена в программу тема, касающаяся СМИ в современном мире. СМИ сегодня — великая сила, вопрос в том, в чьих руках она оказывается.

**Б. Д. ПАРЫГИН:** — С одной стороны, очевидно, что в сегодняшних трудностях сказывается эффект ангажированности СМИ, с другой — понятно: СМИ выдают то, что они получают. Когда была перестройка, все ожидали улучшений в течение двух-трех лет, а потом академик Аганбегян выступил в центральной прессе в Праге и сказал, что яма застоя оказалась слишком глубока. Потом пошли другие процессы, рыночная экономика оказалась такой, что мы живем за счет эксплуатации природных ресурсов и оказались не готовы к трудностям, с которыми сегодня столкнулись. Кто в этом виноват? А теперь мы слышим, что наши СМИ становятся критичнее, но — вот парадокс! — при этом уровень доверия к ним стал падать. Что за чертовщина? Казалось бы, если аудиторию не устраивает гламур, то критичность должна приветствоваться! Мне думается, тут дело в том, что сказывается, с одной стороны, ангажированность средств массовой информации, с другой — неопределенность стратегических ориентиров, по которым могли бы идти и те, кто заказывает, и те, кто исполняет заказанное. Отсутствует стратегическое видение — иначе никак не объяснить такие перескоки с одних доминант на другие, когда новые не лучше, чем старые.

Вчера на Пленарном заседании прозвучало: возможно, дело в том, что у нас сейчас торжествует неолиберальный фундаментализм. Мы слишком заигрались с либерализмом, и надо вернуться к государственности. Эта нота меня в свое время тоже привлекала. Помню, на рубеже 1980-х годов в гостинице «Ленинград» была организована дискуссия, и когда речь зашла о том, что надо заняться фундаментальным разгосударствлением, я выступил с предостережением, что это может быть чревато плохими последствиями. Теперь очевидно, что прежний отвергнутый государственный режим невозможен, и вместе с тем компот, который получается из смеси ангажированности и отсутствия видения, куда и как грести с помощью средств массовой информации, — это результат того, что нет контроля и глубокого анализа. На мой взгляд, пока будет продолжаться неучастие научного потенциала в решении наших проблем, мы будем иметь то, что имеем сегодня: ангажированность средств массовой информации, с одной стороны, и их дезориентацию — с другой. Возможно, они дезориентированы из-за неправильно понятого заказа, возможно, из-за неготовности подать его как полагается.

Но в мире есть другой опыт! Тут шла речь о Германии, но это можно отнести к Западу вообще. И в Европе, и в Америке есть опыт более строгого восприятия плодов этого симбиоза: с одной стороны, элитарные властные и финансовые и структуры, с другой — средства массовой информации, которые их обслуживают. Есть и альтер-

нативные варианты. Например, наука. Напомню опрос, в свое время проведенный в международном масштабе, о приоритетных ценностях при ориентации на профессии. В США самой популярной оказалась профессия ученого, а у нас — проститутки и бизнесмена. Почему так получается? Наверное, потому что вместе с вульгарным экономизмом, прагматизмом теряется духовность, традиционные российские ценности, ориентация на духовно-нравственные идеалы. Они были отброшены вместе с социализмом.

Но у нас эта ситуация не исследовалась и не получила экспертной оценки, которую должна сделать наука — социология, социальная психология и целый ряд других гуманитарных дисциплин. Игорь Семенович, наверное, помнит съезд психологов, когда один американский специалист рассказал о том, как они осваивают наш прошлый социально-психологический опыт, в частности, Макаренко. В США существует фундаментальная традиция опеки власти со стороны науки. Почему, скажем, в странах Европы, в Америке, при том что там рыночная экономика давно существует, нет таких перекосов, как у нас, нет сведения рынка к экспорту сырья? Потому что там очень мощная критика. Западные социальные психологи посвятили ряд серьезных работ критике «рыночника» с его примитивной приземленной психологией, которая у нас задает тон и определяет стратегию развития.

Выдающийся немецкий философ и социолог Юрген Хабермас, пользующийся большим авторитетом и во властных структурах, и в среде СМИ, смело анализирует проблему несовпадения стратегий государственной ориентированности представителей политической и экономической власти в стране, с одной стороны, и интересов населения — с другой: вертикали, горизонтали человеческих отношений. Вертикаль, в силу того что она решает стратегические проблемы, готова принести в жертву интересы горизонтальных отношений в обществе. Так что подобные явления наблюдаются не только в России, и они должны получать адекватную оценку.

**В. К. МАМОНТОВ:** — У меня небольшая реплика на выступление Юрия Алексеевича. Я с огромным интересом его послушал — у него удивительно стройная система взглядов, я мысленно аплодировал тому, как удивительно все это пронесено сквозь жизнь и опыт. Но... я практически ни с чем не согласен, по каждому пункту у меня есть целый ряд возражений. Например, зачем наши военные самолеты летают над Атлантикой? А что американцы делают в Афганистане, в Ираке? Они везде летают, везде сеют и везде работают, а мы не должны никуда и ни где — я с этим не согласен, прошу прощения.

Этот случай показывает, насколько мы все разные, как неоднородно наше сообщество. Как нам договориться? Это невероятно, а может, и не нужно. Я знаю газету, в которую пишет Юрий Алексеевич, там работают толковые, талантливые, уважаемые и по-своему ратующие за Россию люди. Может быть, в итоге нашей сегодняшней дискуссии мы придем к мнению, что журналистика должна быть разной, но, безусловно, в любом случае ответственной.

**А. В. ГУЛЬЦЕВ<sup>1</sup>:** — У меня 20-летний опыт пишущего журналиста, а последние 6 лет, с 2002 по 2008 год,

<sup>1</sup> Генеральный директор Европейского центра Международной ассоциации писателей и публицистов (Париж), президент Конфедерации русских общин Европы.

Серебряный лауреат конкурса Национальной литературной премии «Золотое перо Руси» 2007 года в номинации «Очерк», Золотой лауреат того же конкурса в 2008 году в номинации «Интервью».

За заслуги в деле сохранения русского языка А. В. Гульцев награжден медалью имени Льва Толстого.



я работал генеральным директором старейшей из выживших русскоязычных газет на Западе, которая называется «Русская мысль». Когда-то газетой владела церковь, потом «Русскую мысль» называли «Еврейской мыслью», потому что ее финансировал Моссад, потом «Ватиканской мыслью», потому что спонсировал Ватикан... Теперь я уже не знаю, какой «мыслью» ее назвать. Сегодня официальный владелец газеты — Всеволод Копьев, очень молодой человек, который живет в Лондоне и является владельцем медиахолдинга. Когда мы отмечали свой день рождения, агентство «Франспресс» спросило у Всеволода, откуда денежки. Он ответил: «Зарабатываем». Но эмигрантские газеты денег не зарабатывают! Однако отец молодого человека — Вячеслав Копьев, один из руководителей ОАО АФК «Система». Дружественная нам «Литературная газета» принадлежит АФК «Система» официально. «Русская мысль» не принадлежит АФК «Система», потому что господин Евтушенков отказался ее купить, и тогда был создан этот английский холдинг. Хотя идет постоянный обмен материалами, и главные редакторы «Русской мысли» и «Литературной газеты» постоянно встречаются.

Я рассказал все это, чтобы представиться, а теперь перехожу к предмету обсуждения. На мой взгляд, рождается новый принцип построения газет, и, соответственно, должны появиться новые журналисты. Меняется Россия, меняется весь мир. Перемены происходят и в массмедиа — из-за того, что появились новые средства массовой информации. Как говорит генеральный директор «Фигаро», сегодня больше никому не нужны новости из газеты, все получают их автоматом — слушают радио в машине, читают в Интернете. Пока еще осталась потребность поддержать газету в руках или заказать статью, чтобы потом продемонстрировать знакомым. Одно дело, когда новость прозвучала по радио или была написана на одной из бесконечного числа интернет-страничек, и совсем другое — напечатанный на бумаге текст. За счет этого многие газеты теперь и живут. Но у газет общего содержания — в России это «Известия», «Труд», во Франции — «Монд», «Фигаро», «Либерасьон» — к сожалению, у всех падает тираж. Ротшильд вложил 23 млн евро в «Либерасьон», и за два года от них не осталось ничего. У газеты опять безумные долги: она теряет по миллиону евро в месяц. Зато увеличила тираж «Эквида» — специализированная газета, посвященная скачкам; к всеобщему удивлению, сильно вырос тираж у «Ла круа» («Крест»), но все это ангажированные издания. «Крест» — католическая церковная газета, которая никогда не будет ничего критиковать; она пишет только о том, какая хорошая католическая церковь и куда и когда придет Папа.

Что касается новой журналистики, то во Франции всегда была почетная профессия — «гранд-репортер», то есть «большой репортер»: человек, который делал большие репортажи, в газете они занимали целый разворот. Теперь эта профессия во Франции умерла, потому что содержать таких корреспондентов, которых посылают в командировку на месяц, уже практически не надо, да и информацию поставляют сами люди. Вы все, наверное, знаете историю Ингрид Бетанкур, которую держали в заложниках в Колумбии несколько лет и недавно освободили. Все видели ее фотографию, сделанную в плену, — этот снимок обошел весь мир, и за него никто денег не взял, террористы его сами прислали. Разве это можно было представить еще 10 лет назад? Чтобы получить подобную фотографию, надо было не одну неделю ползать с автоматом по лесам. А теперь журналист должен быть хорошим компилятором, потому что информацию о шахте сами шахтеры в своем блоге разместят, о ФАРКах сами ФАРКи напишут, о Правительстве всю информацию можно найти в Интернете.

И еще я хотел в контексте нашей темы сказать о молодежи. То, что надо писать статьи для юного поколения, — это миф. Сегодняшние читатели газет — люди старше 35 лет; молодежь же не читает ничего. В блогах, живых журналах, социальных сетях участники пеняют друг другу: я написал, почему ты не прочитал? То есть молодежь у нас писатели, а не читатели. Так что газеты должны ориентироваться на аудиторию от 35 лет и старше, а вот пропагандировать свою газету, конечно, надо среди молодежи. Когда человек дорастет до 35 лет, он скажет: пришло время выписать «Известия» (или «Трибуну», или «Новую газету») — я знаю это издание.

**Е. В. ХАРИТОНОВА:** — По образованию я социальный психолог, но мне много лет приходилось заниматься выборными технологиями, готовить политиков к публичным выступлениям, потом мы долгое время собирались междисциплинарной группой — психологи, философы и так далее — хотели создать что-то вроде гуманитарной экспертной группы. И в процессе всех этих, в общем, разрозненных действий мы исследовали влияние текстов СМИ на эмоциональную сферу массовой аудитории. Мои тезисы, опубликованные в большом сборнике, посвящены концептуальному контент-анализу текстов политиков в переломные периоды истории. Были взяты тексты Сталина 1941 года — обращение к нации в связи с началом Великой Отечественной войны; декабрьское выступление Гитлера по радио в связи с объявлением войны Соединенным Штатам; а также тексты Путина — ежегодные президентские послания, выступления в связи с захватом заложников в Беслане; тексты Буша и других политических деятелей. Замечу, что сама по себе психологическая технология не оценивается как хорошая или плохая: это как огонь, которым можно и согреть, и сжечь. Психотехнология может быть оценена с точки зрения эффективности или неэффективности.

Так вот наш концептуальный контент-анализ дал возможность увидеть, что авторы исследуемых текстов сознательно или неосознанно применили приблизительно одну и ту же психотехнологию. Тексты, которые были призваны в сложных условиях поднять боевой дух людей, произвести, казалось бы, невозможную работу по синхронизации чувств, действий, мысли нации, аналогичны по своей структуре и доминанте, хотя сильно различаются по политическому, мировоззренческому, идеологическому содержанию.

Для анализа мы брали 6 параметров: кто такие «мы», кто такие «они», какие угрозы исходят от «них», есть ли у «нас» стратегия взаимодействия и т. д. И если наблюдается дисбаланс этих категорий, например категория «мы» отсутствует, то этот текст воздействует как депрессант, деморализующий фактор. Если в тексте присутствует консолидированное «мы», четкое «они» — не хичкоковская абстрактная размытая угроза, а отчетливо названный враг (причем это «враг» не обязательно в некоем антитолерантном смысле, который я ненавижу, потому что сразу встает вопрос, можно ли было быть толерантными на Нюрнбергском процессе; врагом может быть что угодно, например экологические проблемы), то наличие всех этих параметров в тексте приводит к определенному результату. Тексты Гитлера, Сталина, текст Путина, связанный с Бесланом, текст Буша, связанный с 11 сентября, — все они имеют аналогичную структуру.

В условиях, когда все хорошо, наверное, возможен плюрализм мнений. Кто-то считает, что у СМИ слишком мало свободы и за нее надо бороться, другие говорят, что, напротив, свободы у них слишком много. Наверное, здесь нельзя всех стричь под одну гребенку. Есть специальные адресные газеты, например, пишущие о здоровом

образе жизни, и тут особого контроля не требуется. Есть развлекательные, и над ними, наверное, нужен контроль, чтобы они не занимались растлением молодых умов. Есть тексты государственные, призванные решать совершенно другие задачи.

У представителей СМИ может сразу возникнуть инстинктивный протест против цензуры. Но, к примеру, на Западе цензура есть, и еще какая — вспомним, как после утечки информации, связанной с отсутствием оружия массового поражения в Ираке, главный редактор был найден с перерезанными венами, часть сотрудников была уволена и произошла смена состава редакции. И это не единственный пример. То есть цензура существует, и очень жесткая, просто находятся приемлемые формы, когда эта цензура не замечается, и даже более того — ее хотят.

Итак, вот мои тезисы. Во-первых, управление через СМИ имеет место в любом случае, просто это происходит либо стихийно, либо сознательно. Или оно осуществляется из центра управления, который нам подконтролен, или из какого-то другого центра управления, который нам не подконтролен и даже может нами не осознаваться. Во-вторых, психотехнология, как я уже сказала, сама по себе не может быть со знаком плюс или со знаком минус. В-третьих, существует такое понятие, как концептуальная неопределенность, в которой пребывает большинство потребителей информации. Есть такой тип сознания, который называется калейдоскопическим или мозаичным — по аналогии с детскими игрушками: малышу дают калейдоскоп, он его крутит, смотрит, не понимая, что происходит, но при этом родители знают, что ребенок занят. Большинство СМИ, на мой взгляд, работают по такому же принципу: вываливают на потребителя огромное количество информации — яркой, интересной, эротической, жареной и т. д. Но при этом состояние концептуальной неопределенности сохраняется и нарастает, и все бы хорошо, если бы не то, что кто-то этим все же управляет и кому-то это нужно. Никакой анализ ситуации в современных СМИ невозможен, как мне кажется, без тех тезисов, которые я изложила.

**О. С. КУЗИН:** — Вспоминаю старую шутку. Борис Николаевич Ельцин, будучи президентом и выступая в Кремле, назвал средства массовой информации одним из видов вооруженных сил. Это была высшая степень оценки СМИ в тот период. Так что когда здесь заговорили о том, четвертая ли мы власть и власть ли вообще, я сразу вспомнил этот случай и подумал, что Борис Николаевич был совершенно прав, ему оставалось только процитировать бессмертные строки Грибоедова — про злые языки, которые страшнее пистолета.

«Злые языки» и теперь «страшнее пистолета», и я думаю, что нынешнее отношение к средствам массовой информации — и электронным, и печатным — в немалой степени продиктовано еще и этим. Сегодня была предпринята попытка ответить на вопрос, почему в современном мире упал интерес к печатным СМИ. Россия, которая совсем недавно была одной из самых читающих стран мира, существенно утратила свои позиции, и по количеству людей, выписывающих печатные газеты, мы сильно отстаем от многих стран — я думаю, находимся, во второй половине списка. Для меня, например, недавно стало откровением, что мой любимый родной город Санкт-Петербург по количеству подписчиков на 1000 жителей занимает одно из последних мест в России, примерно на уровне Чечни.

<sup>1</sup> Главный редактор газеты «Трибуна», кандидат политических наук, профессор. Член Союза журналистов. В 1991–2004 годах — главный редактор, генеральный директор, президент ИД «Санкт-Петербургские ведомости».

Награжден орденами «Знак Почета», Почета, Святого Благоверного князя Даниила Московского III степени Русской православной церкви.

То есть отказ от печатных СМИ — системная проблема. Я попытался сформулировать причины, которые, с моей точки зрения, повлияли на то, что люди перестали читать газеты и журналы.

Первая, как ни странно, банальная — финансы. Выписывать газеты просто стало невыгодно. Мы конкурируем не только с радио, телевидением и Интернетом, проигрывая им в скорости доставки информации, но и с другими статьями расходов населения. Людям требуются деньги на лекарства — намного больше, чем 20 лет назад. Они вынуждены коптить на образование детей, платить за пребывание внуков в детских садах и яслях, за проезд в общественном транспорте и т. д. Вот лишь некоторые цифры. За 20 лет заработная плата в России в среднем возросла в 120 раз, водка стала дороже в 50 раз, продукты питания — в 120–150, а газеты — в 500 и более раз. Если раньше газета стоила 2–3 копейки, то сейчас — 10–15 и более рублей. Только общественный транспорт обогнал газеты по этому показателю. Поэтому мы находимся в заведомо невыгодной ситуации, особенно сейчас, в тяжелые финансовые времена. Повторяю, мы не только проигрываем более успешным средствам массовой информации, но и в этом конкурентном соревновании «за кошелек» мы стали абсолютно неконкурентоспособны.

Вторая причина — безобразная ситуация с распространением газет и журналов, наблюдающаяся уже много лет. В свое время мне довелось, хоть и недолго, поработать в партийной печати, и я помню, что «Ленинградская правда» лежала в почтовых ящиках жителей Ленинграда не позже 8 часов утра, иначе начинались разборки на партийно-советском уровне с теми руководителями почтовых отделений, которые этого не обеспечили. Поселок в Карельской АССР, 1965 год — «Сельская жизнь» в 11 часов на крыльце каждого дома — это была центральная газета, орган ЦК КПСС — и районная газета «Призыв» вместе с ней. Сейчас я представляю еженедельник, мне чуть легче жить, чем ежедневным газетам. Почему нет ежедневных газет в селах и малых городах? Да потому, что их доставляют только на почту, в библиотеку и сельскую контору — и то лишь там, где находятся бывшие совхозы. При этом стоимость доставки выросла в те же самые разы и намного превышает суммы, которые газета получает от подписчика. И это еще одна проблема, которая делает сегодня печатное СМИ неконкурентоспособным. Что касается продажи газет и журналов в розницу, то раньше система распространения у нас была одна — Союзпечать, потом Роспечать. Теперь довольно много альтернативных структур, которым ты должен ежемесячно платить, чтобы попасть на прилавки. Это тоже ограничение. Здесь мы говорили о журналистском сообществе, о возможности решать какие-то проблемы. Но все журналистское сообщество уже много лет не в состоянии решить одну проблему — надо либо дотировать доставку, либо просто навести порядок в этом деле, либо найти еще какие-то способы.

Опять же вынужден сделать маленький исторический экскурс. В советское время был хороший документ — Постановление ЦК КПСС и Совета Министров СССР о работе с письменными обращениями трудящихся, в котором черным по белому было прописано, в какие сроки и каким образом официальные организации должны реагировать на критику либо в их адрес, либо в адрес тех структур, которыми они руководят. И попробуй не ответить на выступление газеты «Правда», «Известия», «Труд» или «Социалистическая индустрия». Была уверенность, что критика не останется незамеченной — вплоть до снятия с поста, партийного взыскания, а то и возбуждения уголовного дела. В настоящее время, как ни странно, принят целый ряд законов, которые предусматривают реакцию государства, чиновников и прочих структур на критичес-

кие выступления средств массовой информации. Их можно перечислить. Но я думаю, что коллеги согласятся: редчайший случай, когда на публикацию ты получаешь адекватный ответ — в лучшем случае отписка, в худшем — лживые объяснения.

Мы решили всех перехитрить. Понимая, что тиражи газет сократились с 10 млн до 50–100 тыс. и материал в «Трибуне» нужный мне министр или губернатор может и не прочесть, я взял из советской практики замечательный прием. Статья вырезается, к ней прилагается письмо на бланке газеты с исходящим. Получатель обязан зарегистрировать и расписаться. После этого уже не скажешь, что «эту вашу газету я в глаза не вижу, она в наш город не приходит». Но ведь даже при этом, вроде бы очень жестком условии, которое мы на протяжении целого ряда лет ставим чиновникам, ответы не приходят! Вы будете смеяться, но единственное ведомство, из которого отвечают всегда, — Федеральная служба безопасности России. У них, видимо, привычка осталась с советских времен. Они реагируют часто не по существу, но формальный ответ есть, я могу его опубликовать и написать, что газета выступила и каков результат. Поэтому, когда мы говорим о доверии общества к средствам массовой информации, то тезис об отсутствии какой бы то ни было реакции на критические выступления прессы приводит к тому, что газета действительно становится неинтересной людям. Вот если бы было так: сегодня мы выступили, а через три недели мне сказали о том, что против чиновника, о котором мы написали, — пойманного на взятках, участвовавшего в незаконном захвате предприятия и так далее — возбуждено уголовное дело, или он освобожден от занимаемой должности, или хотя бы отстранен от работы на время проверки по факту публикации, то такую газету люди начали бы читать. И писать в нее письма: «я увидел действительность ваших выступлений и хочу рассказать то-то и то-то».

И последнее. Я помню волну резких обличительных публикаций и телевизионных передач, касающихся правящей коммунистической партии. Партийных функционеров совершенно справедливо ругали за то, что они ездят на больших черных лимузинах (правда, без мигалок), пользуются роскошными государственными дачами, спецраспределителями, где им к праздникам выдают спецпайки, в особых отделах универмагов покупают импортные костюмы, и т. д. Прошло 20 лет. Что происходит сейчас, не мне вам рассказывать. Вы точно так же, как и я, находитесь в теме. Где волна критики, направленная на зажавшихся чиновников, коррупционеров? Какие черные «волги», какие дачи? Если у губернатора нет трехэтажного особняка площадью 860 м<sup>2</sup> с тремя гаражами на три иномарки типа «мерседес», то он напрасно прожил свою чиновничью жизнь, он не человек. И когда мы говорим, что журналистское сообщество было сжато в один кулак и наносило разящие удары, приведшие к потрясениям устоев советского общества, мы должны понимать: наш диалог с обществом возможен только тогда, когда мы начнем отвечать на самые острые вопросы — почему мы живем так, как живем, почему жируют те, кто не имеет на это права, и почему пенсионеры и участники Великой Отечественной войны до сих пор, спустя 65 лет, не имеют собственного жилья. Я думаю, что нам требуется консолидация для того, чтобы, как многие здесь говорили, отвечать на эти запросы общества. Будем писать правду — люди будут читать, и писать в наши газеты, и тиражи вырастут.

**С. Е. ЗЕЛИНСКИЙ:** — Мне хотелось бы выступить в поддержку социологов. СМИ действительно теряют аудиторию, и это главная проблема. Александр Сергеевич остро выступил в начале нашего круглого стола: общества действительно нет. Привел пример: четыре газеты

печатают «заказуху». Но даже внутри этих четырех газет есть некий этический кодекс, корпоративная этика, которая выше этики тех людей, которых мы называем не-аудиторией. Я не представляю себе такую газету, где нет этического кодекса — все же мы стараемся проповедовать какие-то ценности. Но если аудитория сокращается, то как мы эти сможем пропагандировать их?

Почему же аудитория тает? Во-первых, народ перешел на самообслуживание с помощью электронных средств передачи информации, особенно Интернета, сегодня уже и мобильного. Поэтому главная наша задача — «залезть» в этот сектор. Внутри нашей корпорации уже принято решение о том, что мы мультимедийная редакция. Мы работаем, во-первых, для той аудитории, которая читает нас в Интернете, и только во-вторых — для читателей, которые купят свежий выпуск утром.

Что касается профессии «гранд-репортер», то есть «специальный корреспондент», то она действительно покидает газеты, но не исчезает, а уходит в сектор, называемый книжной торговлей. Люди не перестают читать книги, в том числе и те, где печатают длинные истории, которые раньше они видели на газетных страницах. Что мы должны по-другому учить журналистов — на мой взгляд, это верная мысль. Сегодня эта профессия изменилась, стала ближе к социологии.

**Г. М. БИРЖЕНЮК:** — Я как культуролог хотел бы обратить внимание присутствующих на то, что Россия — словоцентристская страна. Нигде в мире нет такой веры слову, как у нас. Дмитрий Сергеевич Лихачев вообще считал, что слово первично. И хотя, как сказала Галина Георгиевна, доверие к средствам массовой информации снизилось, люди продолжают верить слову. 15 лет тому назад мы делали проект «Фарминформ». Мы создавали базу данных по фармацевтике, и нам пришлось ежедневно общаться с работниками аптек. Они рассказывали, что чуть ли не каждый день в аптеках возникали скандалы, потому что женщины покупали предметы личной гигиены и требовали: «А где бутылочка с синей жидкостью?» Такого было доверие людей к массмедиа.

В том, что сейчас этого доверия нет, виноваты не только сами СМИ. На мой взгляд, идут более сложные процессы. СМИ являются частью общества и меняются под его влиянием. В свою очередь общество меняется под воздействием СМИ. Но мне кажется, что, изучая оба эти явления вместе, мы многое можем понять, потому что массмедиа все же легче познать, чем целое общество. И они являются определенной формой самосознания общества.

А вот что происходит — на этот вопрос сложно ответить, потому что мы находимся внутри этого процесса. Мне кажется, что последние лет восемь в обществе шли серьезные реакции. В этом слове не нужно искать оценку — это своего рода взгляд учителя на уроке химии: есть реакции восстановления, распада, синтеза. Реакция — это обязательный процесс после революции, когда надо восстановить разрушенное, вернуть на место снесенные крыши и т. д. Когда-то на наших государственных предприятиях был лозунг: «Товарищ! Неправильно произведенный опохмел может привести к новому запою». Так что очень важно не упустить момент, когда реакция начинает переходить в реставрацию. Мне кажется, что сегодня у нас момент бифуркационного перехода. Сейчас очень модна тема стволовых клеток, из которых можно вырастить любой орган. По-моему, в обществе тоже есть свои «стволовые клетки», и, что бы мы ни разрушили, эти клетки живы и возрождение возможно. Уже практически вернулась партия — «ум, честь и совесть», воспряли спецслужбы, которые якобы были сломаны демократами первой волны.

Да, все вернулось. Помните старый советский анекдот: один товарищ выносил детали с завода, чтобы сделать детскую коляску, но как он их ни собирал — получался пулемет. У нас была перестройка, много чего произошло, но сегодня мы видим что-то очень знакомое. Этот момент, видимо, стоит отрефлексировать. И средства массовой информации в той или иной мере дают нам основания для подобного рода выводов. Поэтому, мне кажется, все разговоры о борьбе с властью бесполезны. Как можно с ней бороться? Власть — это инструмент подавления, и когда мы начинаем с ней бороться, то выходим на ее поле, где она заведомо сильнее. Власть можно только «задушить в объятиях», больше ничего с ней нельзя сделать. Имитировать борьбу с властью — да, это действительно хорошая штука. И это дает голоса на выборах, внимание — вообще много чего дает. Вероятно, мы переживаем некий процесс и пытаемся угадать его результат, но мы не футурологи, поэтому ощущаем тревогу. И, как всегда, мы не готовы к грядущему, которое настанет. Но когда мы обсуждаем это, то, видимо, наша способность к рефлексии повышается, и, надеюсь, будущее не застанет нас врасплох.

**В. Т. ТРЕТЬЯКОВ:** — Спасибо. По аналогии с коляской, из которой получается пулемет: это страна Россия — как ее ни разбей, все равно получается Россия. А кто-то хотел, чтобы получилась Швейцария. Нельзя из России собрать Швейцарию, как бы кто-то ни хотел. Это моя позиция.

**Л. В. АФОЛИНА<sup>1</sup>:** — Я хотела бы возразить Александру Сергеевичу Запесоцкому, который начал с того, что СМИ озабочены своим финансовым положением и в связи с этим используют оппозиционность как способ добывания средств к существованию. На самом деле оппозиционность — товар совершенно не выгодный, потому что стоит дорого, а дивидендов никаких не дает. Моя профессиональная жизнь сложилась так, что я все время работаю в таких СМИ — в «Смене», когда она была яркой и оппозиционной; в «Часе Пик» я долгое время была редактором, и почему-то «Час Пик» тоже был оппозиционным. Сейчас я работаю в «Росбалте» — это даже не газета, а информационное агентство, тот самый Интернет, который «с Запада к нам пришел». Мне часто звонят с утра и говорят: «Да что же вы опять такое опубликовали? Вы что себе позволяете?» У меня на эти случаи есть фраза: «Гласность — лекарство от всех общественных недугов». Это не мои слова — их сказал Владимир Ильич Ленин. Но, когда я их произношу, они воспринимаются так, как будто я сказала скабрзность или нахамила собеседнику.

Вероятно, все это происходит из-за особенностей моего характера. Даже когда я не хочу этого, все равно выясняется, что опять все сделано не так. Недавно написали заметку о том, что Тюльпанов пригласил ветеранов на свой день рождения, — пресс-секретарь тут же высказал претензии. Я говорю: «Что ж плохого-то? Если он действительно пригласил на свой день рождения ветеранов, как это его может скомпрометировать?» Вообще эта заметка была о коммунистах, которые на день рождения прийти отказались, — мы хотели показать, что приглашенная сторона повела себя некрасиво. Так и они тоже были недовольны. Недавно позвонили представители одного высокопоставленного чиновника и предложили: «Вы забудете навсегда его фамилию и назовете нам цифру, сколько это

<sup>1</sup> Генеральный директор информационного агентства «Росбалт», член правления Союза журналистов Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Работала заместителем главного редактора в газетах «Вперед», «Смена», главным редактором, а затем генеральным директором еженедельника «Петербургский Час пик».

Награждена Орденом Дружбы.

стоит». Я удержалась от резкости, вспомнила, что гласность — лекарство от всех общественных недугов, и ответила, что, наверное, он столько не зарабатывает. И тогда мне сказали, что называется, открытым текстом, что власти не знают, что с нами делать. Как на всем этом можно заработать, я не понимаю.

Мы о многом говорим: о качестве журналистики, о том, выживут ли газеты... По-моему, не выживут — уйдут в Интернет. Но не в этом дело. Журналистов надо готовить как социологов, или психологов, или программистов, но и это не главное. Мне кажется, что мы до сих пор не сказали о главном, а именно — что у нас отсутствует заказ со стороны государства. В моих устах это звучит как вызов, но у нас в стране отсутствует идеология. Мы всю жизнь боролись против идеологии и оболванивания людей, между строк в той самой «Смене» писали то, что, как нам казалось, читатели там увидят. И хотя тогда коммунистам никто не верил, газет выписывали по пять наименований, а сейчас не выписывают вообще. Кому верят наши сограждане? Я думаю, что не верят никому, потому что на государственном уровне не существует идеологии, как, например, в Соединенных Штатах. Я, конечно, упрощаю, но вспомните: каждый негр может стать президентом — только учись, упорно работай и стремись к цели. И мы увидели торжество этой национальной идеи.

У нас же национальная идея не сформулирована — именно поэтому мы получаем пулемет вместо коляски. И когда у нас первое лицо государства говорит, что надо сейчас работать, а не заниматься традиционной национальной забавой — поисками национальной идеи, я считаю, что это пощечина общественному мнению. Это же не случайно произносится. К сожалению, я наблюдаю, что одна идея все же появилась и стала массовой: чтобы у нас все было, а нам за это ничего не было.

Но ведь мы потому и были когда-то самой читающей страной, что искали смысл, потому и выписывали газеты, и читали Достоевского. Сейчас же официально признано, что никакого смысла в поисках смысла нет, а смысл есть в том, чтобы ни в чем себе не отказывать. Но когда стремление к комфортной жизни становится государственной идеологией, то это никакая не идеология. Поэтому, когда приходишь в магазин ИКЕА, первым делом попадаешь в гардероб, а когда приходишь в филармонию, гардероб закрыт. Зачем нам читать, если у нас Анфиса Чехова — это образец, к которому надо стремиться? Кто же будет завидовать профессору университета, если у него, извините, зарплата 20 тыс. Неприлично даже вслух произнести.

У нас настолько смещены идеологические приоритеты, что не представляется не то что возможным, а даже нужным их воспроизводить в СМИ. Сейчас в меру того, как люди, руководящие СМИ, понимают действительность, они и проводят свою политику. Если у них есть какие-то владельцы или акционеры, то, соответственно, они эту политику корректируют.

**С. Г. ПИЛАТОВ<sup>2</sup>:** — Я выскажу несколько тезисов. По-моему, мы должны в первую очередь разобраться в триаде «граждане–власть–страна», понять, всегда ли совпадают интересы граждан, власти и страны. Только после этого можно ориентироваться в том, кого мы поддерживаем, как и зачем — граждан, власть, или власть и граждане — это в целом наша страна. Может ли власть быть всегда права, чтобы ее поддерживать во всем? Правильно было сказано — вряд ли. Потому что власть многолика, состоит из разных людей — чиновников, которые, как верно сказал Олег Сергеевич, считают неприличным не иметь особняка, непонятно на что купленного.

<sup>2</sup> Президент «Объединения средств информации “ИМА-пресс” Санкт-Петербурга».

Однажды мы беседовали с губернатором Петербурга Яковлевым, и я спросил: «Владимир Анатольевич, Вам понравилось бы, если бы газеты все время писали о том, какой Вы замечательный, как хорошо работает Законодательное собрание и вообще все прекрасно?» Он отвечает: «Да». Я говорю: «У Вас свои задачи, у нас свои. Вы делайте так, чтобы мы писали о Вас хорошо, а если у Вас что-то плохо, значит, мы будем писать об этом».

Могут ли СМИ не быть в оппозиции? «Зачем смеяться, когда грустно, зачем грустить, когда смешно, зачем казаться равнодушным, когда в душе совсем не то?» Вот этим и следует руководствоваться. Если мне что-то не нравится, я никогда не стану это хвалить, как меня ни просят и сколько денег ни заплатят.

По поводу кризиса я выскажусь со своей позиции, как вице-президента Ассоциации коммуникационных агентств России. Не так давно мне довелось прочесть стишки: «Говорила, плача, кроха ранним утром на заре: “Мама, мама, мне так плохо — кризис бродит во дворе”. “Плохо всем, — кричала мама, добавляя соль в компот, — хуже всех живет реклама — ждет ее большой дефолт”». Однако к нам во двор дефолт не пришел, и, как свидетельствуют последние данные Ассоциации коммуникационных агентств России, рекламный рынок начал оживать. А реклама должна вести за собой и другие рынки. Тем не менее, как это ни печально, хуже всех в этом смысле все равно придется печатным СМИ. Клиенты говорят, что хотят отчетливо видеть отдачу. Если, допустим, разместить объявления в интернет-выпусках «Трибуны» или «Коммерсанта», то потом увидишь количество откликов на эту рекламу. Это и есть реальные замеры эффективности.

**Г. Н. ШИЯН:** — Я хотела бы заострить ваше внимание на двух вопросах. Во-первых, на влиянии средств массовой информации на экономическое развитие страны. С одной стороны, это косвенное воздействие, и оно оказывается, когда мощная сила, которой обладают СМИ, участвует в формировании экономического мышления и экономического поведения населения. Особенно остро это проявляется во время кризисов и в предкризисные периоды, когда чувствительность людей к информации очень высока. Основным источником информации для большинства населения являются именно СМИ, из которых граждане хотят получить ответ на вопрос, как обеспечить свою личную экономическую безопасность. А кризисы сопровождают нашу экономику с конца 1980-х годов. И средства массовой информации при обнародовании прогнозов развития ситуации, взглядов на сущность кризисов должны быть крайне ответственными. Далеко за пределами ходить не надо. В 1990-е годы СМИ были своего рода связующим звеном между населением и, например, фирмой «МММ». Люди, принимая информацию в виде рекламы и предполагая, что они получают большие доходы от вложения своих средств, несли деньги в финансовые пирамиды и потом сильно пострадали — вплоть до исковерканных судеб и сердечных приступов.

Во-вторых, СМИ имеют возможность прямого влияния на экономическое развитие России, но, к сожалению, пока ее не реализуют. Я ради интереса зашла на сайт Росстата и посмотрела некоторые цифры. Но я не обнаружила там, например, размера вклада сектора СМИ в ВВП. Я понимаю, что он очень маленький, как и в любой другой стране. Но у нас этой информации нет вообще, поскольку доля, вероятно, слишком уж мала. Я сделала вывод, что этот главный сектор экономики крайне слабо развит экономически. Не владея статистическими данными, я не имею права делать более детальные выводы. Но ведь медиакомпании являются работодателями, покупателями и поставщиками продукции, налогоплательщиками нако-

пец. И их роль в развитии экономики может быть очень высока — в этом я полностью согласна с коллегой, который только что говорил о рекламе. Если СМИ выступают в роли связующего звена между покупателем и продавцом и будут способствовать повышению доверия покупателя к продавцу, к рекламируемой продукции, то рынок сбыта этой продукции может измениться количественно и качественно. Я понимаю, что за счет рекламы многие печатные издания и телевидение обеспечивают свою жизнедеятельность. Но при этом не следует забывать о том, что влияние рекламы на население велико, и о каком доверии можно говорить, если, покупая разрекламированную продукцию, я сталкиваюсь с низким ее качеством.

**В. Т. ТРЕТЬЯКОВ:** — Почти во всех выступлениях я услышал недоумение — почему такое происходит? У Юрия Рыжова один взгляд на 1990-е годы и перестроечную прессу, у Владимира Мамонтова другой, у меня тоже не совпадающий с Рыжовым. Почему? А в предлагаемых рецептах, в том числе в последнем выступлении — оговорка: рекламируйте, но не слишком. Этот процесс не бывает не слишком, это как, извините, беременность — либо есть, либо нет. Я ответственно утверждаю и могу доказать, что ни одна газета и ни один телеканал в России, который поставил себе цель зарабатывать как можно больше (а как зарабатывать? — только с помощью рекламы), не изменился в лучшую сторону с точки зрения журналистики, а изменился только в худшую. Чем лучше живут эти издания, работая на главную цель — заработать через рекламу, тем хуже там журналистика.

Поскольку я уже давно читаю лекции по журналистике, а теперь еще и руковожу вновь созданным факультетом, то я был вынужден думать о том, что же происходит с нашей и не нашей журналистикой, со средствами массовой информации. Я даже учебник на сей счет написал. И у меня есть ответ на ваше недоумение.

В советские времена рассуждения о свободе слова, печати, журналистике основывались на том периоде, когда фактически были только газеты, даже журналов в современном понимании не было, а Интернет и представить было невозможно. Вообще журналистика возникла после изобретения печатного станка, так что это никакая не древнейшая профессия. А то, что мы сегодня называем СМИ, появилось в специфических условиях — как институт для определенных целей, в конкретных исторических обстоятельствах в определенном месте человеческой цивилизации. И тогда же сложились представления об этом, идеалы, концепции и все остальное.

Сегодня у нас совершенно другая действительность. Все говорят о СМИ, имея в виду журналистику. Но возьмите телевизионную программу и отметьте там журналистику. Реклама, которая, правда, не отражается в программе, но неизменно присутствует на телеэкране; художественные фильмы, сериалы, развлекательные передачи и прочие аншлаги — все это не журналистика. На журналистику останется в лучшем случае 20 % эфирного времени — это выпуски новостей и некоторые дискуссионные программы. А когда говорят о СМИ, к ним пытаются приложить критерии журналистики, ограниченной только газетами. Отсюда начинается путаница.

Мы с самого начала дискуссии не проанализировали, о каких СМИ, о какой журналистике будем говорить. Что сегодня транслируется по каналам средств массовой коммуникации? В первую очередь реклама и массовая культура. СМИ как транслирующие каналы, как технологическая система распространяют прежде всего массовую культуру, в том числе и потребительскую — в виде рекламы. Но массовая культура живет по законам бизнеса, и современная журналистика не может освободиться от этого.

Вторая часть этой проблемы заключается вот в чем. Интернет сегодня общедоступен, теоретически вроде бы каждый может задать вопрос Президенту России, но глава государства — по Конституции — должен ответить всем! Может ли Президент ответить на миллион вопросов? Не может — даже если весь свой аппарат мобилизует на два субботника подряд. Поэтому законы из той эпохи здесь бессмысленны.

А возьмем классическое средство массовой информации из ныне существующих — газету. Когда-то в газетах писали в основном журналисты. А теперь кто? Я говорю даже не о глянцевой прессе — там просто нет журналистов. Печатаются беседы, интервью, «колонки косметологов», но это не журналистские материалы. Однако гляцевый журнал — тоже журнал, он воспринимается как СМИ. И журфаки переориентируются на подготовку кадров для таких изданий. Самые большие отделения на журфаках сегодня в стране какие? Отделения пиара. Это нонсенс, потому что пиар развращает журналистику. Я дал зарок, что пока я буду деканом, на моем факультете не будет отделения пиара, я этого не допущу. Но остальные-то допускают.

Итак, газеты. Раньше в газетах не выступало так много экспертов, и их, кстати, тоже путают с журналистами. Но есть еще менее внятные случаи, журналистика вытесняется не только экспертными текстами, но и прос-

то профанацией, графомания выдавливает профессиональную литературу, и, соответственно, профессиональную журналистику. В перестройку неопиты массово пришли в печатную прессу и вытеснили профессиональных журналистов, потому что те были партийными. Звездами советской журналистики всегда были международники, а тут их постигла трагедия, они все провалились, а после 1991 года вообще стали никому не нужны. На место журналистов-международников явились эксперты-международники. Но более массово пришли графоманы и невежды, заполнили наши газеты и телевидение. И, повторяю, мы берем классические теории журналистики, рожденные на примерах и ситуациях XVII–XIX веков, приходим в убежище этих невежд и говорим: «Нет, чего-то тут не хватает, что-то не сходится». Так что в дискуссиях о СМИ журналистикой называют не то, что она есть сегодня.

**В. К. МАМОНТОВ:** — Собравшиеся здесь участники круглого стола придерживаются самых разных точек зрения по различным вопросам. Но какие бы мнения мы ни имели, являемся ли мы профессионалами или, наоборот, профанами, — очень важно, чтобы человек имел возможность высказывать свои суждения, и чтобы другой человек смог их услышать. Так что я хотел бы еще раз сердечно и искренне поблагодарить всех вас за высказанные мнения. Спасибо вам большое.