

А. С. Запесоцкий

РОССИЙСКИЕ СМИ И СТРОИТЕЛЬСТВО НОВОЙ «КУЛЬТУРЫ»

Мое сообщение является продолжением выступления на предыдущих Чтениях: «Информационные потоки как фактор трансформации культуры»².

На первый взгляд, последние 20 лет отечественные СМИ развиваются под воздействием западной культуры, ее идеалов «свободы слова», «прав человека» и т. д. Дискуссии, ведущиеся в нашем обществе, помещают в фокус внимания массовой аудитории различные споры и конфликты между журналистами и чиновниками. Якобы главные проблемы развития российских СМИ лежат в плоскости отношений «журналистика и власть». Думается, на самом деле это — способ отвлечь внимание гражданского общества от реальных и опаснейших процессов раз-

ложения Великой Российской Культуры, замены ее на культуру деградации и упадка — процессов, в которых решающую роль играют три ведущих канала общероссийского телевидения.

Сегодня телевидение в духовной жизни людей занимает уникальную нишу, расчищенную для него российскими реформами последнего десятилетия. Исследования, проведенные в нашем Университете, показывают катастрофическое уменьшение возможностей доступа к ценностям культуры у населения современной России по сравнению с СССР 1980-х годов³. В ст. 27 Всеобщей декларации прав человека, принятой на Третьей сессии Генеральной Ассамблеи Организации Объединенных Наций резолюцией 216А (III) от 10 декабря 1948 года, провозгла-

¹ Jameson F. Postmodernism, or The Cultural Logic of Late Capitalism. Durham, 1991. P. 398.

² Запесоцкий А. С. Информационные потоки как фактор трансформации культуры // Диалог культур и партнерство цивилизаций: становление глобальной культуры : X Междунар. Лихачевские науч. чтения, 13–14 мая 2010 г. СПб. : СПбГУП, 2010. С. 425–428.

³ Запесоцкий А. С. Глава IV : Обеспечение права на доступ к пользованию достижениями культуры — условие формирования социального качества жизни // Права человека и правовое социальное государство в России / Е. А. Лукашева [и др.] ; отв. ред. Е. А. Лукашева. М. : Норма, 2011. С. 182–205 (книга готовится к выпуску в издательстве).

шается, что «каждый человек имеет право свободно участвовать в культурной жизни общества, наслаждаться искусством, участвовать в научном прогрессе и пользоваться его благами»¹. Российский регресс в реализации данного положения очевиден.

К примеру, социологические опросы 2007 года показывают, что около 70 % петербуржцев в течение года ни разу не были в драматическом театре. Более 90 % опрошенных не посещают концерты музыкальных академических жанров и концерты народной музыки. Более 50 % посетителей кинотеатров ищут только возможность развлечься. Уровень посещаемости музеев в первое десятилетие XXI века составляет по сравнению с последним десятилетием советской власти: в Эрмитаже — 80 %, в Русском музее — 53 %, Саратовском музее — 57 %, Ярославском — 47,6 % и т. д. В десятки раз сократилось посещение лекториев при музеях. По опросам 2009 года, 80 % россиян вообще никогда не были в музее. Не лучшим образом обстоит дело и с библиотеками. В настоящее время Россия пока еще остается «читающей страной», но выпуск книг, брошюр, журналов и газет изменился по содержанию кардинально и не в пользу шедевров мировой литературы, высококачественных печатных СМИ. Львиную долю тиражей составляет продукция, отнести которую к ценностям культуры в принципе не представляется возможным.

В результате происшедших трансформаций теперь только около 8 % жителей страны ходят в кино; 6 % — на дискотеки, в клубы и театры; в спортклубы — 5 %; в кафе и рестораны — 5 %; в церковь — 5 %; на дополнительные занятия в сфере образования — 4 %; на концерты — 4 %; в библиотеки — 3 %; в музеи и на выставки — 2 %.

Одной из существенных черт изменения образа жизни россиян в постсоветский период стало одомашнивание досуга, обеднение его структуры: примерно 60 % россиян в свободное время теперь предпочитают смотреть телевизор дома. Телевидение абсолютно доминирует в структуре досуга жителей страны как по затрачиваемому на просмотр телепередачи времени, так и по числу людей, занимающих ежедневно места перед экранами телевизоров. За последние 5 лет доля смотрящих телевизор детей и подростков в России увеличилась с 15 до 21 %. И эти замеры не учитывают «пассивных» (по аналогии с курением) форм восприятия — когда дети вынуждены присутствовать в помещениях, где телевизор смотрят взрослые. При этом книги сейчас читают 8 % детей и подростков, газеты и журналы — 4–5 %.

В июне 2010 года председатель Комитета Государственной Думы РФ по культуре Г. Ивлиев сообщил общественности, что до 30 % россиян не принимают участия в культурной жизни страны: «...люди просто не ходят в театры, в кино, не принимают участия в самом минимальном светском ликбезе»². Как кон-

статируют многолетние исследования ВЦИОМ, население страны неуклонно погружается в дремучее невежество. По опросам 2010 года, свыше 30 % россиян убеждены, что Солнце вращается вокруг Земли. Свыше 80 % жителей не могут назвать ни одного имени современного ученого. Аналогичные негативные сдвиги происходят и в сфере морально-нравственных качеств населения, системе ценностей и т. д.

Реагируя на острую критику в свой адрес в связи с негативным влиянием телевидения на население, телебоссы обычно возражают, что, дескать, «телевидение — всего лишь зеркало жизни». Между тем в интервью на журфаке МГУ генеральный продюсер «Первого канала» г-н Эрнст высказался несколько иначе. На вопрос, должно ли телевидение нести культуру в массы, он ответил: «Телевидение воспитывает, но косвенно. Это система пилюль... Люди не любят горькие таблетки. Облатка — веселенькая и сладкая — нужна для того, чтобы ты проглатывал такие вещи. Людям кажется, что они смотрят сериал для того, чтобы развлечься, просто провести время, похихотать или поужасаться. А на самом деле... Почему в первые годы такая популярность была у русских сериалов про реальность? Потому что, когда глобально изменилась ценностная шкала, люди не знали, как себя вести в новой реальности. И они принимали это как модель поведения, которая проговаривалась под видом развлечения. В целом общество само выработать модели поведения не может. Основная суть... телевидения — в том, чтобы проговаривать текущую ситуацию и правильные моральные модели. ...формировать модели поведения — ненавязчиво — опосредованно — это эффективнее, чем просто учить. Учителя, извини меня, можно послать. Просто сказать: “Ты кто такой? Кто дал тебе это право?” А того, кто опосредованно формирует модели поведения, послать трудно, потому что ты этого не чувствуешь. Это происходит помимо твоей воли и сознания. Ты же развлекаешься!»³

В приведенной цитате обращает на себя внимание сразу несколько аспектов. Во-первых, в начале 1990-х, вопреки утверждению г-на Эрнста, ценностная шкала не изменилась в одночасье. Ее только предстояло изменить, что и было сделано с помощью телевидения. Во-вторых, г-н Эрнст и со товарищи отказывают обществу в способности выработать правильные модели поведения и присваивают это право себе. В-третьих, любопытна формулировка: «Учителя можно послать». Общественный уклад России «до Эрнста» этого сделать не позволял, во всяком случае — безнаказанно. Но учитель по определению несет детям и подросткам разумное, доброе, вечное. И является в этом смысле неприимым оппонентом современного российского телевидения. В этой связи понятен «культурологический» замысел сериала «Школа» — проекта Константина Эрнста, нацеленного на разрушение авторитета отечественного учителя и отечественной

URL: <http://www.garant.ru/action/interview/251298/> (Дата обращения: 28.10.2010).

³ Научные и учебные тетради Высшей школы телевидения МГУ им. М. В. Ломоносова. Тетрадь № 1, сентябрь–декабрь 2009 г. / сост. В. Т. Третьяков. М., 2010. С. 27.

¹ Всеобщая декларация прав человека // Международно-правовые документы по вопросам культуры / сост. и науч. ред. А. С. Запесоцкий. СПб.: СПбГУП, 1996. С. 27.

² Ивлиев Г. П. Перспективы развития электронных библиотек в Российской Федерации: интернет-интервью с председателем Комитета Государственной Думы Федерального собрания Российской Федерации по культуре от 25 июня 2010 г.

школы. Не случайно сразу после активного навязывания телезрителю этого сериала по стране прокатилась волна избиений школьниками своих учителей. Идея Эрнста («учителя можно послать») была навязана телевидением массовой аудитории в качестве социальной нормы. В-четвертых, главное — телевидение в руках таких продюсеров выступает как инструмент манипулирования гражданами.

В практической повседневной деятельности телевидение, разумеется, скрывает от многомиллионной аудитории свою реальную сущность и создает ряд не соответствующих действительности мифов. Набор этих мифов существует как бы «в одном пакете», где каждый не соответствующий действительности компонент хорошо согласован с другими и точно вписан в общую концепцию: поскольку наше общество отвергло социалистический уклад жизни и избрало рыночный путь развития, существующая модель организации работы СМИ в стране якобы является единственно возможной и абсолютно соответствует самым передовым рыночным (западным) стандартам.

Представление о СМИ как «зеркале жизни», объективно и достоверно отражающем наиболее важные для аудитории стороны жизни — один из типичных мифов. Современное российское государство желает официально видеть лишь одну из функций СМИ — предоставление «потребителю» некой информации. Последняя, дескать, является всего лишь «товаром». И как любой другой товар, будто бы должна абсолютно свободно производиться и распространяться. Законодательство о СМИ закрепляет игнорирование иных аспектов деятельности СМИ, ставит их вне правового регулирования, как бы вне закона. Однако формальное игнорирование социально значимых обязанностей СМИ, самоустранение государства и отстранение общества от оценки исполнения и регулирования всего спектра функций приводит не к исчезновению тех или иных функций, а к их деформации, в итоге — к социальной дезорганизации. Так, к примеру, вместо просвещения населения, популяризации научного знания, придания знанию статуса ценности СМИ формируют антинаучные представления о мире, популяризируют всевозможных шарлатанов, дискредитируют ученых. Вместо вовлечения молодежи в научную деятельность формируется пренебрежительное отношение к науке и т. д.

Именно абсолютизация рыночных механизмов работы СМИ вывела в современной России их деятельность из-под контроля общества. Но утверждение об имманентно присущей СМИ рыночной сути является мифом. Известно, что различные социальные институты в разной степени могут быть включены в деятельность рыночных механизмов. И рыночные механизмы могут быть по-разному использованы в их деятельности: как во благо исполнению основных функций, так и во вред.

СМИ по своим функциям являются социальными институтами, обеспечивающими в первую очередь духовное воспроизводство, относятся к классу институтов, аналогичных школе, церкви, семье, а не к предприятиям, акционерным обществам. Конечно,

но, в ряде отношений СМИ находятся значительно ближе к рынку и более схожи с коммерческими предприятиями, нежели семья или школа. Условно говоря, их место в ряду социальных институтов находится где-то между библиотеками, театрами, с одной стороны, и рыночными субъектами — с другой. Но суть от этого не меняется. Превращение коммерческой стороны деятельности СМИ в их главную функцию имеет резко негативные последствия для государственного и общественного развития.

Утверждается, что российский подход является калькой порядка, существующего в странах Запада. Так ли это на самом деле? В государствах современного Запада СМИ действуют свободно именно как рыночные институты. Но это только с одной стороны. С другой — в каждой из стран, где имеет место подобная картина, на протяжении длительного периода под давлением общества реализуется стремление к полному разделению коммерческой и содержательной сторон деятельности СМИ. На практике это воплощается в общественных дискуссиях о роли СМИ, шлифовке корпоративной этики, корректировках национальных профессиональных стандартов и законодательств, укреплении соответствующих механизмов работы редакций и т. д.

Свободы слова «в чистом виде» не существует ни в одной стране мира. Органы исполнительной власти и большей бизнес везде стремятся контролировать ключевые аспекты деятельности СМИ. И нередко добиваются в этом успехов. Но гражданское общество, корпоративная культура столпов журналистики и судебная власть все же ограничивают подобные устремления.

В России при формировании постсоветского законодательства аналогичные западным идеи независимости СМИ от власти и бизнеса имелись в виду и были заложены в нормативные акты. Но их реализация в обществе иного типа не просто провалилась, а привела к диаметрально противоположным последствиям: сегодня корпоративная этика российских журналистов аморальна, судебная власть де-факто подконтрольна исполнительной, большой бизнес, также подчиняющийся исполнительной власти, служит основным орудием управления средствами массовой информации. Общество почти полностью отстранено от влияния на СМИ. Таким образом, СМИ в своей деятельности ориентируются только на вульгарный потребительский спрос и указания власти, поступающие опосредованно — через бизнес, владеющий СМИ.

Но интересы госслужащих далеко не всегда тождественны интересам государства, а потребительский спрос — механизм, совершенно неравнозначный влиянию гражданского общества. Поэтому для сравнительного анализа принципиально важно учитывать, что в странах Запада существует многовековая практика ограничений деятельности СМИ со стороны гражданского общества, сформировавшая механизмы соответствующего контроля и регулирования духовно-нравственных аспектов массовой информации. Именно поэтому, скажем, телевидение

Западной Европы и США столь разительно отличается от российского.

С. П. Капица обращает в связи с этим внимание на существование в Англии и Франции специальных служб, контролирующих соблюдение языковых и этических норм. В Би-би-си ему представили шестисотстраничный том правил поведения журналистов, утвержденный совместно государственными и общественными органами, познакомили и с официальным контролером телевидения лордом Муртоном. Собеседник рассказал о «ежевых рукавицах», с помощью которых он действует в интересах общества: «Мы никогда не говорим журналисту (он очень “округло” выразался), что надо говорить, — мы слушаем, что он говорит. Если нас это не устраивает (ключевая фраза. — А. З.), мы его переведем на другую работу. Может, он даже больше денег будет получать, он способный человек, но нас он не устраивает как журналист»¹.

Те функции нравственного контроля, которые на Западе по отношению к СМИ выполняет граждан-

ское общество, в СССР более 70 лет выполняло государство, задействуя механизм партийного руководства. И его мгновенное самоустранение от данных обязанностей создало вакуум, тем более опасный, что страна оказалась в состоянии перехода не только в экономической сфере, но и в сфере идеологической, морально-нравственной. В связи с этим следует обратить внимание на совершенно иную политику при переходе к рынку властей Китая, развивающихся в опережающем темпе экономические свободы и не устранившихся от ответственности за духовно-нравственное состояние нации.

Из сказанного вытекает, что в диалоге с зарубежными культурами (тем более в условиях глобализации) российскому государству и обществу следует проявлять большую осторожность и категорически избегать механического и поспешного переноса на нашу почву инородных принципов и стандартов деятельности. Опасность подобных действий в полной мере проявилась в разрушительном для отечественной культуры функционировании СМИ постсоветского периода.

¹ Совесть: бесполезное свойство души? : круглый стол по проблемам нравственности и духовности, 30–31 января 2009 г. / ред. В. К. Мамонтов, А. С. Запесоцкий. СПб. : СПбГУП, 2010. С. 121–122.