

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 его 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 неприемлемым оппонентом современного российского телевидения. В этой связи понятен «культурологический» замысел сериала «Школа» — проекта Константина Эрнста, нацеленного на разрушение авторитета отечественного учителя и отечественной

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.

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.

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 «ежовых 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.