"ПРАВО ЗНАТЬ: история, теория, практика"
N 11–12 (59–60) ноябрь–декабрь 2001 г.

БЕЗ ЖУРНАЛИСТОВ ДОСТИЧЬ СОГЛАСИЯ В ОБЩЕСТВЕ НЕВОЗМОЖНО...

Однако чтобы в стране возникла атмосфера социального партнерства, необходимо радикальное изменение ситуации в СМИ

24 октября 2001 года в рамках выставки "Пресса–2002" состоялась организованная ПФ "КСДИ" дискуссия на тему "Власть, пресса, общество: информационная открытость как основа социального партнерства". Вел дискуссию президент ПФ "КСДИ" И.М. Дзялошинский.

Обсуждались следующие вопросы:

• суть идеи социального партнерства и ее связь с концепцией доступа открытого общества;

• информационная открытость и доступ к информации как правовая, организационная, социальная проблема;

• роль информационной открытости в создании атмосферы доверия между субъектами социального развития;

• принцип информационной открытости власти, бизнеса, третьего сектора:зарубежный и отечественный опыт реализации.

В дискуссии принимали участие председатель Союза журналистов России В.Л. Богданов, член Большого Жюри СЖ РФ М.А. Мельников, главные редакторы и журналисты региональных газет, представители местных администраций, посетители выставки "Пресса–2002".

В ходе обсуждения были высказаны идеи о необходимости консолидации всех информационных структур, о согласии между структурами, пытающимися контролировать информационные процессы в обществе. Участники дискуссии пришли к выводу о том, что власть, бизнес, некоммерческие организации и СМИ должны от взаимного недоверия перейти к пониманию необходимости сотрудничества, поскольку иначе невозможно говорить о построении гражданского общества в России.

В этом номере публикуется изложение выступления председателя Союза журналистов России Всеволода БОГДАНОВА.

"Мы много лет подряд разрушали устои общества, те ценности, без которых невозможно никакое социальное партнерство. Я ни в коей мере не хочу переоценивать ту структуру отношений, которая действовала в советские времена. Но и недооценивать ее нельзя. Ведь эта структура имела определенную нравственную основу, и многое в этой основе было не от идеологии, а от обычной жизни, того, что называется общечеловеческими ценностями. То же можно сказать и о журналистике. Нас в те времена всегда обвиняли в том, что у вас, в Советском Союзе, нет журналистики, у вас пропаганда. Но и тогда, где бы и с кем бы мы ни встречались, в какой бы дискуссии ни участвовали, мы всегда говорили: да, у нас есть пропаганда, ее много, но у нас есть и была и журналистика. Она была и во времена Владимира Короленко, и Глеба Успенского, и во все годы советской власти, и в больших газетах, и

в малых, и на телевидении. И мы знаем, какая это была мощная часть общественной жизни: она защищала человека, она помогала чувствовать себя на равных даже, может быть, с властью. И эта журналистика – не только журналистика Аграновского, Тэсс, Черниченко. Это сотни, может быть, тысячи имен людей, которые были и проповедниками, и исповедниками, которые помогали обществу жить, помогали бороться отдельному человеку за свои права, за реализацию себя в обществе.

Вы прекрасно помните, как эта пресса работала, как человек умел добиваться своего, и какая была журналистика. Сейчас пресса потеряла доверие у общества, а власть уже привыкла разговаривать через деньги или через чувство страха.

Что, собственно говоря, сегодня произошло с ролью прессы в обществе и в отношениях между властью и СМИ? Я думаю, что произошла, в каком–то смысле, трагедия. Журналистика сходит на нет. Люди, которые назвали себя политтехнологами, решили, что они сегодня заменили отдел пропаганды, стали идеологами строительства новой жизни. Я не хочу переоценивать их интеллектуальные возможности, мне они кажутся слишком недостаточными, как и уровень их образованности. Но, тем не менее, в меру своих сил и возможностей они навязывают обществу, власти новый стиль отношений. Они планируют избирательные кампании, они определяют направление важнейших политических течений в обществе, и для того, чтобы это реализовать, нанимают то или иное PR–агентство. Хорошо известно, что выборы губернатора в регионах обходятся в сумму от 18 до 30 миллионов долларов. Это золотой дождь идет PR–компаниям, которые нанимают журналистов и отдельные СМИ. Можно ли в этих условиях говорить о социальном партнерстве? Целенаправленное оболванивание общества ведет к нарастанию противоречий между обществом и СМИ, между обществом и властью. Понятно, что в этих условиях журналистика, которая всегда была значимым элементом жизни российского общества, исчезает.

Дело не только в том, что сейчас ни в одной газете невозможно найти очерк, хороший фельетон, рассказ. Дело не только в том, что сейчас на газетных полосах только или расширенная информация, или компромат, или – в лучшем случае – интервью. Дело в том, что, как правило, несложно догадаться, кто это заказал. Люди, которые смотрят любую "говорящую голову", прежде всего думают, кого она представляет, за чьи деньги говорит. Другой аспект проблемы: все московские каналы стали одинаковы. Одинаковые криминальные фильмы, в которых играют одни и те же актеры. Неразличимые шоу, игры. И в обществе в этой ситуации накапливается не только раздражение, но и ненависть. Это очень опасно. Создание такой ситуации не предполагает социального партнерства, это совершенно другой стиль отношений внутри общества. Общество и отдельные его члены настороженны, нет доверия.

Но есть сопротивляемость материала. Прежде всего, это касается, конечно, журналистики, потому что есть какие–то традиции. Сопротивляемость материала – это очень важно. И сопротивляемость, как ни странно, больше не здесь, не в Москве, не на самых крупных телевизионных каналах, не в самых толстых московских изданиях. Сопротивляемость, прежде всего, в регионах – в районной, в областной прессе. Я часто сталкиваюсь с потрясающими ситуациями. Вот был во Владимире, и там были "Осенние каникулы прессы". И я посмотрел, как местные журналисты дорожат доверием людей. Они говорят: мы не можем работать так, как вы в Москве, потому что мы своего читателя видим каждый день, мы с ним встречаемся, и мы не можем быть такими бессовестными, как некоторые из ваших коллег в Москве.

Понятно, что как бы мы ни призывали журналистов быть партнерами власти и бизнеса, одними призывами мы ничего не сделаем. Необходимо, чтобы СМИ получили ранг социального партнера власти. Для этого, конечно, нужна прежде всего экономическая независимость СМИ, о чем наш президент Путин сказал вслух, и мы рады, что он эту

нашу фразу, придуманную еще десять лет назад – "Любая свобода слова начинается с экономической независимости", – стал говорить публично. Но для этого необходимо, чтобы были соответствующие законы для СМИ. Нужны действия, и прежде всего действия власти – законодательной, исполнительной и судебной. И никуда мы от этого не денемся. Можно призывать журналиста к этике, и это правильно. Можно бороться против коррупции вообще и в среде журналистов в частности. Но какая может быть борьба, когда семьдесят процентов журналистов России получают зарплату менее ста долларов, а почти пятьдесят процентов журналистов получают зарплату в пределах пятидесяти долларов?

Социальное партнерство – проблема из проблем для нашей будущей жизни, также, как и проблема открытого общества. Если мы не создадим открытое общество и если мы не наладим социальное партнерство во всех ипостасях, видах, на всех уровнях, то мы никогда не будем жить нормально или, как мы говорим, в цивилизованной стране. Мы будем все время мучиться. Но для того, чтобы вот это все было, нужны предпосылки, нужно правильное отношение между СМИ и властью. В данном случае это нужно не столько журналистам, сколько тем людям, которые читают газеты, смотрят телевидение, слушают радио."