

Пресса: проблемы выживания и ангажированности

Алексей ПАНКИН, главный редактор журнала "Среда"

Свое выступление я хочу начать с четкого определения своего отношения к средствам массовой информации, которые я считаю главным врагом свободы, гражданского общества, нормального демократического и экономического развития нашей страны, начиная с 1988 года. Чтобы обосновать этот тезис, мне придется уйти немного в историю. Я буду говорить по преимуществу о московской (центральной) прессе, отдавая себе отчет в том, что это пресса одного региона.

Говорю об этом потому, что делал несколько достаточно больших исследований региональной прессы и пришел к выводу о том, что обобщенный портрет прессы малоинформативен. Допустим, в целом по России после кризиса обороты печатной продукции в реальных деньгах выросли на 8 процентов. При этом в одних регионах они сократились на 50 процентов, в других поднялись на 60 процентов. Так что, если опираться на средние цифры, можно прийти к полному абсурду. Кроме того, даже в одних и тех же регионах, но взятых в разные временные отрезки, ситуация очень разная. В Нижнем Новгороде – была одна ситуация во время Немцова, другая ситуация при Склярове. Говорят, что при Немцове директор какого-то крупного оборонного завода не мог никак попасть к губернатору на прием и тогда ему посоветовали представиться редактором заводской многотиражки. Он так и сделал. И его приняли через полчаса. Сейчас Немцова (одержимого открытостью или самопродвижением, в зависимости от точки зрения) нет, и о Нижнем Новгороде мы слышим уже не регулярно, в основном в связи с криминальными или политическими делами: выбирают Климентьева, отменяют выборы и т.д.

Так что я буду иллюстрировать свое выступление какими-то региональными примерами, там, где они у меня будут, но в целом буду говорить лишь о прессе, выходящей в Москве и имеющей общенациональное, общероссийское значение.

Традиционно считается, что пресса была двигателем реформ, перестройки, гласности и т.д. Так и было до 1988 года. Практически это выражалось в борьбе за чисто демократические права и свободы (свобода слова, печати и т.д.) и борьбе за переход к рыночным отношениям. Особенно активно эти ценности продвигали несколько программ ("До и после полуночи", "Взгляд", "Пресс-клуб"). При этом, продвигая эти ценности в общество, СМИ совершенно не относили эти принципы к себе. Борясь за переход к рыночной экономике, лишь некоторые редакторы пытались себе представить, чем же обернется эта самая рыночная экономика для них лично и возглавляемых ими изданий. Провозглашая демократические и рыночные ценности, мало кто пытался перестроить собственную экономическую базу, изменить управленческую структуру редакций.

Это был золотой период для свободы слова, поскольку пресса имела возможность бороться с коммунизмом, с действующим режимом, очень неплохо оплачиваясь этим действующим режимом. Можно было говорить все, что угодно, при этом не думая ни о каких экономических последствиях. А затем начались проблемы. Подписка была гигантской, а бумаги, которая производилась в стране, стало не хватать. Подписка ограничивалась. Пресса начинала кричать, что "зажимают свободу слова", "злые коммунисты нас ограничивают" и т.д. Несчастное правительство Николая Ивановича Рыжкова, милейшего и добрейшего человека, выбивало какие-то дополнительные фонды (опять же по государственным ценам), покупало бумагу за границей. Подписка снова увеличивалась.

Как раз в этот период я увлекся региональной проблематикой и чуть ли не пешком исходил территорию Ростовской области, Краснодарского края, Ставрополья. И у меня тогда открылись глаза в том смысле, что я понял: слова, которые определенным образом воспринимаются в московской демократической тусовке, вообще в городской тусовке, в регионах воспринимаются совершенно по-другому.

Мне кажется, именно в то время и начался процесс десоциализации, превращения народа в замотанную пассивную массу, лишенную всяких ориентиров. Потому что коммунизм, всю эту прошлую идеологию, очень здорово разбили, веру в нее подорвали. Но делалось это московским языком, то есть языком, который был заимствован на Западе. Используя в этом языке понятия ничего не означали для рядовых, не очень продвинутых граждан. Эффект был примерно таким же, как в те времена, когда к глубоко верующим людям прибегали атеисты и начинали кричать: "Ваш Иисус Христос – дурак; его вообще никогда не было; это выдумки попов!" и т.д. Это такой плевок в душу, что даже если тебе и поверят, все равно любить не будут, а скорее всего будут презирать.

Затем наступило время экономических реформ. Мы все хорошо помним ситуацию. Она была действительно чудовищная. Я был тогда заместителем главного редактора "Международной жизни", весьма влиятельного внешнеполитического журнала. У нас, как у всех, был сверстан бюджет к июню 1991 года на весь 1992 год. Наступило 1 января 1992 года и, как мы все помним, деньги обесценились. Каждую неделю приходило 2–3 уведомления о том, что теперь придется по другим тарифам платить за электричество, за теплую воду, за аренду, за услуги типографии. Это было действительно очень тяжелое время. Но больше всего пострадали, конечно, печатные издания, имевшие общероссийское распространение. Для них это действительно была катастрофа.

Вот тут, уже в начале января 1992 года, произошел первый роковой для всех последующих либеральных реформ шаг. Мы все помним, как четыре редактора самых многотиражных изданий ("Труд", "Известия", "Аргументы и факты" и "Комсомолка") пробивались на прием к Борису Николаевичу Ельцину и попросили субсидий. Аргументировали они свою просьбу тем, что надо сохранять общероссийское информационное пространство, что пресса играет особую роль в жизни России, в поддержке реформ. Тут, я считаю, произошли две роковые вещи. Первая роковая вещь заключается в том, что вообще, в принципе попросили субсидий.

Но гораздо хуже в той конкретной ситуации было то, что эти четыре демократические редакции послали во внешний мир сигнал: Ельцин и Гайдар – это бумажные тигры. Что произносятся слова о либеральных реформах, они готовы, если на них надавить, отказаться от реформаторских действий. "А у нас – то, – заговорили генералы военно-промышленного комплекса, аграрного комплекса и т.д., – лоббистских возможностей побольше".

И с этого момента, именно с этой акции четырех редакторов российская экономика стала экономикой, состоящей из одних исключений, превратилась в абсурдную экономику. С одной стороны, Гайдар говорил: "Никому никаких поблажек, да здравствует монетаризм".

С другой стороны, особенно когда начался конфликт с Верховным Советом, Борис Николаевич ездил по стране, возил с собой мешки денег и раздавал наличность. Сколько раз списывались неплатежи, взаимные задолженности, что, по существу, тоже является скрытой формой субсидирования убыточной промышленности. Регионам давали льготы, особые статусы. Гайдар провозгласил, что будем продвигать русское оружие на внешние рынки. Правительству тогда еще более или менее верили. Раз говорит Гайдар, что продаст, наверное продаст. В результате, мне попала информация, что танков под эти обещания было произведено в 1993 году в 20 раз больше, чем заказывало министерство обороны. Разумеется, ничего не продали.

Я возвращаюсь к своему определению "экономика абсурда". Я не хочу сказать, что либеральные рецепты действовали негативно, что они были хороши или не хороши. Я просто хочу сказать, что сложившаяся у нас экономическая система не была ни либеральной, ни кейнсианской, ни монетаристской. Это была экономика исключений. Строго говоря, она до сих пор и существует. Это первое.

Вторая трагическая вещь произошла в духовной сфере. Возобладал абсолютно абсурдный, на мой взгляд, тезис о том, что пресса играет какую-то особую роль в обществе и что она продвигает, пропагандирует какие-то реформы. Таким образом появился аргумент, которым пресса стала бить по головам начальства. Уже тогда были заложены основы системы взаимного шантажа прессы и власти: "Ты мне не дашь – я о тебе плохо напишу". Или: "Я о тебе хорошо напишу, а ты мне дай". Или: "Я тебе дам, а ты обо мне хорошо напиши".

Именно тогда сформировалась эта система взаимного подкупа и действует до сих пор.

Пытаясь как-то приспособиться к тому странному рынку, который у нас образовался, лишь некоторые издания пошли по рыночному пути, продвигая свой продукт, какой он есть, или модифицируя его под потребительский интерес, привлекая рекламу и др. Большая часть редакторов использовала совсем другие методы, которые мы все знаем: "джинса", сдача внаем помещений, неуплата налогов, использование "черного нала" и т.д.

В это же время начинался процесс активного "присасывания" прессы к органам власти. Характерно, что именно тогда произошли события, смысл которых стал яснее лишь потом. Я имею в виду поведение СМИ в ситуации конфликта между ветвями власти. Как известно, до 1991 года демократическая пресса действовала как единый, плохо структурированный поток. Не имело большого значения, кем (правительством, Верховным Советом или президентской властью) была основана та или иная газета, или станция.

Когда коммунистическая угроза кончилась и между ветвями власти начался конфликт, то эти некогда дружно работавшие на общее дело, симпатичные друг другу издания фактически превратились в органы тех, кто им давал деньги. И таким образом этот конфликт многократно усиливался тем, что журналисты обрабатывали заказ хозяев. Но еще больше они обрабатывали свой интерес.

Я в то время работал в Германии. И меня все время приглашали в паре с тамошним корреспондентом "Известий" на разные круглые столы, выступления по радио "Немецкая волна" и на "Немецком телевидении". И что меня поразило, так это настойчивость, с которой мой известинский коллега повторял: "Верховный Совет нужно распустить. В России никогда ничего не будет хорошего, пока не распустим Верховный Совет. В России единственное решение – это распустить Верховный Совет".

Я долго не мог понять, почему он это говорит. Ведь, в принципе, Верховный Совет тогда принимал больше законов, которые вносило конфликтовавшее с ним правительство, чем любой другой парламент мира. Потом уже в Москве мне объяснили: "А что тут не понятно? Идет борьба за здание, за торговую марку "Известий".

Была совершенно прозрачная с точки зрения буквы закона ситуация. У редакционного коллектива "Известий" не было абсолютно никаких юридических оснований объявлять себя независимым и говорить, что им принадлежит и здание, и торговая марка, и все остальное. С точки зрения буквы закона прав был скорее Хасбулатов, поскольку Верховный Совет РСФСР по всем законам был преемником Верховного совета СССР (учредителя "Известий"). Следовательно, и марка газеты, и здание были собственностью Верховного Совета РСФСР. Однако разгорелся дикий конфликт. Тоже кричали: "Отдайте!", "Наступают на свободу слова!", "Красно-коричневый Верховный Совет!". Но за всем этим в значительной степени в той конкретной ситуации прятался простой шкурный интерес. Хотелось забрать хорошее здание, которое можно сдавать, и хорошую марку, под которую дают рекламу. Хотя, возможно, были и какие-то убеждения.

И в значительной степени именно пресса довела дело до совершенно трагического последствия, которое еще много лет будет аукаться, – неконституционного, с последующим расстрелом разгона Верховного Совета. При этом вся демократическая пресса в тот момент разжигала пожар: "Раздави гадину!", "Ату их!".

Таким образом, борьба средств массовой информации за свободу, с одной стороны, обрабатывание полученных ими денег, с другой стороны, привели к очень серьезным политическим конфликтам. Примерно с этого времени граждане потеряли остатки доверия к прессе, истеблишменту, начальству. Мониторинг средств массовой информации на выборах 1993 года выявил закономерность: кто контролирует телевидение – проигрывает выборы. Население реагировало на действия властей очень своеобразно: "Вы нас считаете за дураков? Хорошо, мы и будем вести себя как дураки".

Очень интересно, что именно тогда возник "феномен Жириновского", и именно тогда (и никогда больше) движение "Женщины России" получило так много голосов в Парламенте. Потому что, с точки зрения традиционного русского менталитета, женщина-политик – это примерно так же смешно, как Жириновский на экране. Поэтому давай Жириновского и "Женщин России".

Следующая важная веха в развитии нашей независимой прессы – это 1994–1995 годы. В это время в регионах был бум независимых газет. Впервые в массовом количестве стали создаваться газеты в регионах. Почему? Понятно, почему. Появилось гигантское количество неизвестно откуда взявшихся денег, которые необходимо было как-то отмыть. Массовая волна создания независимой прессы в России пошла на липовых, паразитических деньгах. При этом, насколько я знаю, мало кто из тех, кто этими деньгами пользовался, осознавал, что все это рано или поздно кончится.

Это кончилось. И тогда мы получили новую волну бегания за государством. Опять журналисты, или менеджеры, или те, кто представлял журналистское сообщество, пришли к начальству и попросили: "Дайте нам". Не случайно законы "О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания" и "О поддержке районных газет" были приняты примерно в период краха пирамид. И с тех пор так и тянется. При этом методы, с помощью которых пресса выбивает себе льготы и пропагандирует абсурдный тезис о своей особой роли в обществе, полностью противоречат любым, самым элементарным представлениям о свободной прессе.

Последняя истерика по поводу льгот пришлась на период после 17 августа 1998 года. В "Московском комсомольце" была опубликована заметка под названием что-то вроде "Душител

свободы". А в заметке шла речь о том, что находятся такие политические деятели, которые под прикрытием красивых фраз о свободной печати делают все, чтобы задушить свободную прессу, которая хочет зависеть только от своего читателя, а не от власти имущих, промышленников и т.д. Дальше шел список: Григорий Явлинский, Сергей Ковалев, Юрий Щекочихин, Вячеслав Игрунов и др. Черeda громких, всем известных имен. Почему? Оказывается, они голосовали против продления действия закона о льготах для прессы в каком-то первом чтении. Лишь потом, когда спала волна информационного террора, выяснилось, как все эти люди попали во враги свободы, почему они так голосовали. Потому что не было ни одной выкладки. Не было названо ни одной цифры. Первая цифра, обозначавшая, во что могут обойтись эти льготы, была названа Мишелем Камдессю. Он назвал цифру: 40 миллионов долларов в год теряет бюджет от предоставления льгот прессе. Конечно, это небольшая цифра. Всего-навсего бюджет фильма "Сибирский цирюльник". Меньше стоимости одного самолета "Стелс", сбитого над Югославией, который, как говорят, стоит 47 миллионов долларов. Но ведь и отрасль не самая большая. По этой цифре можно представить себе масштаб потерь в этой экономике исключений.

Самарский губернатор Титов тоже выступил против некоторых льгот. У него была аргументация двух типов. Одна чисто идейная. Другая практическая. Я был на его пресс-конференции, а потом читал отчеты. В отчетах не было ни слова о тех экономических аргументах, которые он излагал, а только его слова о том, что так ли нам нужна пресса, стоит ли печататься за границей. То есть мы опять сталкиваемся с ситуацией, когда пресса для продвижения своего частного экономического интереса пользуется своим особым статусом, доступом к умам и душам и т.д.

То же самое происходит на региональном уровне. Например, в Волгограде администрация несправедливо делит бюджетные льготы.

Что делают газеты, входящие в так называемую Ассоциацию издателей независимых газет (в нее входят газеты, которые не получают бюджетных денег, но хотят получать)? Они идут в администрацию и говорят: "Либо вы льготы делите на всех поровну, либо мы начинаем против вас информационную войну по всем позициям". В ситуации шантажа я всегда больше уважаю тех, кого шантажируют. Поэтому при всей моей нелюбви к Максюту, мне понравилось, как он сказал: "Такими методами вы ничего от нас не добьетесь. Как делили, так и будем делить".

Там же, в Волгограде, я общался с руководителем одной из телекомпаний, учрежденных с участием областной администрации. Мне откровенно сказали: "А зачем мы будем освещать деятельность губернатора и областной Думы. Они нам денег не платят. У нас даже нет программы, в которой хоть как-то освещалась бы деятельность Думы. Заключат с нами контракт на освещение, будут платить – мы их будем освещать". Самое смешное в том, что со мной был представитель одного американского агентства, которое давало деньги на поддержку свободной прессы. И главный редактор ему откровенно сказал: "Дайте нам денег, а мы вам отработаем. Вы только скажите, какой вам надо интерес обслужить".

И это очень типичная ситуация. Если раньше даже в Москве было не так уж много изданий, которые занимались информационным рэкетом, то сейчас это уже стало практикой и в регионах. Просто ходят и говорят (особенно под выборы): "Денег не дадите – будем о вас плохо писать".

Понятно, что люди, принимающие законы, хорошо об этом знают. Стоит ли удивляться тому, что они пытаются понятными для них средствами обуздать этот процесс. Придумываются Закон "О нравственности", поправки к Закону "О СМИ", много чего другого. Но когда начинаешь с думскими деятелями разговаривать, выясняется, что они выступают не против свободы прессы, а против прессы коррумпированной, обслуживающей чьи-то интересы, манипулирующей общественным мнением и т.д. Поскольку среди них очень много коммунистов и так называемых "левых", то они просто не знают, как можно воздействовать на эту ситуацию другими, более цивилизованными способами, не выглядящими как попытка ввести цензуру.

Теперь я хотел бы сказать несколько слов о том, что в нашей прессе и вообще в средствах массовой информации есть много разных прослоек. В том числе есть и прослойка коммерческой прессы. Это издания, которые, как правило, стоят на твердых коммерческих основаниях, на твердой управленческой базе. Поэтому им, с одной стороны, в принципе не выгодно слишком раскочивать лодку.

С другой стороны, их и поломать сложнее, потому что даже под ударами кризиса они все равно останутся жизнеспособными. Они относятся к кризису как делу совершенно обычному. Не впадают в истерику и не кричат, что это наступление на свободную прессу. Обычная реакция нормальных людей, которые поварились в рынке: "Ну, кончились деньги. Да, надо закрывать лавочку. Ну, что делать, если денег нет". Или: "Надо сокращать количество полос. Надо перестраиваться. Надо

брать кредит" и т.д. И хорошо, что практически во всех регионах есть такие опорные точки, где понимают, что при любых режимах информация в любой форме – это всегда товар первой необходимости. И за информацию всегда будут платить. Важно только научиться производить такой продукт, который действительно нужен, за который будут платить.

У нас же в основном все усилия направлены на то, чтобы сохранить то, что есть. Главный редактор прежде всего думает о том, что он должен кормить столько-то человек, за которых он отвечает. А еще есть люди, которых и уволить нельзя, и делать они ничего не могут.

Все это вещи понятные. Но в любом случае ответ может быть только один – надо производить и выпускать такой информационный продукт, за который аудитория будет платить.