

И.М.Дзялошинский,

Председатель Совета директоров

Независимого Института коммуникативистики

О НЕКОТОРЫХ ПРИЧИНАХ ИНТОЛЕРАНТНОСТИ РОССИЙСКИХ СМИ

Последние годы в России отмечены резким всплеском межнациональных, межконфессиональных конфликтов, которые порой приводят к кровавым столкновениям. И хотя специалистам понятно, что в основе этих конфликтов лежат демографические, экономические, экологические, технологические, политические, а также социокультурные факторы, которые отражают различия в менталитете, культуре, религии, образовании, этике разных народов и цивилизаций, многие обвиняют российскую прессу в том, что эпидемия национальной и религиозной нетерпимости обрушилась на общество именно по вине журналистов. Иногда обвиняют всю прессу чохом, иногда – только негосударственную прессу.

Безусловно, есть вина СМИ в том, что сегодня для многих россиян характерны ненависть к приезжим, презрение к инвалидам, желание «очистить Россию от иностранной скверны», искоренить «нетрадиционные религии» и фундаменталистов и т.д.; в том, что участились проявления нетерпимости, насилия, терроризма, ксенофобии, агрессивного национализма, расизма, антисемитизма, отчуждения, дискриминации по отношению к национальным, этническим, религиозным и языковым меньшинствам, беженцам, рабочим-мигрантам, иммигрантам и социально наименее защищенным группам в обществах, в том, что есть факты насилия и запугивания в отношении отдельных лиц, осуществляющих свое право на свободу мнений и выражение убеждений. Именно СМИ постоянно и

довольно умело воспроизводят стереотипы и мифологемы, разделяющие людей и народы. Простейший анализ дает основание для выделения четырех «врагов народа», малоприятные образы которых кочуют из публикации в публикации, из передачи в передачу:

Первый враг – это власть, чиновники, бюрократы, начальники и прочие.

Поскольку самые богатые чиновники живут в Москве, то Москва становится тоже врагом – городом жирных, сытых, наглых людей, одним словом, не россиян.

Третий враг – этнические чужаки: азербайджанцы, цыгане, чеченцы, евреи и так далее.

Четвертый враг – Запад, конкретно американцы, которые почему-то живут лучше нас да еще имеют наглость нам помогать.

Вот лишь несколько примеров.

Анализируя деятельность региональной прессы, историк А. Логунов довольно язвительно воспроизвел стандартные тезисы, циркулировавшие в региональной прессе периода 1996-1997 годов и продолжающие циркулировать до сих пор. «Все вокруг нашего региона – это хаос, а наш регион – это очаг порядка, стабильности и согласия. У нас исключительно замечательный регион – и исторически, и геополитически он замечательный. Мы центр России, мы ворота России и т.п. Мы обладаем совершенно исключительными достоинствами: земля, горы, курортные ресурсы у нас, а люди вообще самые лучшие – талантливые, храбрые, защитники, эстеты, члены художественной самодеятельности и т.д. А живем плохо. Что же такое? Значит, надо найти, кто мешает. Явно же, если бы не мешали, мы бы жили прекрасно. Ну, что еще нам нужно? Земля богатейшая, народ трудолюбивый, условия прекрасные. Кто-то же мешает. За эти два года ничто не сделала региональная пресса так эффективно и результативно, как формирование образа центра и Москвы как фактора, мешающего решению

этих проблем. Москва имеется в виду, естественно, не как город, а Москва как символ власти, иными словами – Кремль, Охотный ряд, кто угодно. Центр и Москва – вот основной источник всех бед и несчастий регионов.

Что же они такого делают? Наиболее любимый тезис: "Москва, центр – это эксплуататоры региональной общности". Как же они эксплуатируют? "Мы кормим Москву в ущерб себе", – это любимый тезис Волгограда, Кубани, Ростова, Красноярска. "Мы кормим Москву, мы сами недоедаем, а отдаем все в Москву, так было всегда, так есть и сегодня".

Второй момент. "Мы напрягаемся для защиты России, а не получаем никакой компенсации за это", – любимый довод, используемый ставропольской прессой и прессой Дальнего Востока. "Мы отдаем Москве все богатства задаром. А если бы мы продавали, то мы бы жили чрезвычайно хорошо", – любимый тезис Краснодар, Самара, Саратова. "Москва жиреет за счет искусственного обнищания регионов, выкачивает финансовые средства", – любимый тезис Екатеринбурга и Петербурга. И, наконец: "Москва насаждает в регионах чуждые по сути, по типу реформы. Мы сами реформируемся лучше и эффективнее Москвы".

"Реформы на самом деле не в Москве, реформируется губерния, Москва только мешает этому". Каким образом, почему мешает? "Потому что мы, на местах, реформируем то, что нужно, и так, как нужно, а Москва выполняет заказ Международного валютного фонда. И она навязывает нам чуждую политику". Это любимые тезисы в Екатеринбурге, в Красноярске, в Краснодаре.

И, наконец, еще один сюжет, который стал очень активно вылезать на первую полосу: "Москва проводит политику ущемления русских регионов в ущерб национальным республикам". Очень хлесткие статьи, целая подборка

материалов, помещенная, например, в Рязани: "Рязанщина в 4 раза больше Калмыкии, а ее права неадекватны ее вкладу в развитие России"¹.

В другом месте этой статьи Александр Логунов анализирует разницу в терминологии, использовавшейся центральными и региональными СМИ во время выборной кампании 1996-1997 годов. Если в центральной прессе преобладали в этот период слова-термины: "сторонник Президента", "противник Президента", "сторонник демократии", "противник демократии", "сторонник реформ", "противник реформ", то в региональной прессе были другие варианты. Там почти не было или, во всяком случае, очень периферийными оказывались оценки: "демократ-недемократ", "сторонник Президента-не сторонник Президента". Зато вся региональная пресса оказалась буквально засыпанной и переполненной терминами и понятиями: "куряне", "рязанцы", "кубанцы" и т.д. То есть оценка кандидата велась по весьма своеобразному критерию: выражает интересы курян, не выражает интересы курян, лучше учитывает интересы рязанцев, хуже учитывает интересы рязанцев и т.д. То есть, если здесь говорилось – "сторонник Президента", "противник Президента", "красный пояс", "синий пояс", то там – "интересы курян", "интересы кубанцев", "интересы жителей Владивостока" и т.д.².

Еще одна мифологема - особый тип регионального пространства и регионального времени. Если посмотреть на региональную прессу, то выясняется, что события, происходящие в каждом регионе, имеют не только местное значение: от происходящего в этом регионе зависят судьбы всей России. Именно здесь, в регионах спасали судьбы демократии, здесь спасали и спасают судьбы России. Идет активное формирование представления о том, что мы не просто регион и мы не просто часть России, мы центр России, в котором решаются судьбы всей России. Это как бы одна констатация. А

¹ Александр ЛОГУНОВ. Роль СМИ в развитии процессов регионализации России. В кн.: Роль прессы в формировании в России гражданского общества. М.:1999.с.128-129.

² Там же, с.123-124.

второй смысл этого – мы не просто центр, не просто особая ответственность, но мы еще располагаем неким особым преимуществом. Это, конечно, несметные природные богатства, а самое главное – необыкновенные люди, которые живут только в этом регионе. И пресса формирует типичный облик регионального жителя. Вот что собой представляет бурят, по частоте употребляемых терминов. На первом месте – трудолюбие, на втором месте – талант, на третьем месте – изобретательность, на четвертом месте – мужество и др.

Рядом саратовцы. На первом месте, очень любопытно, – исключительно богатая, талантливая и одаренная интеллигенция. (Это единственный регион, где это качество поставлено на первое место.) На втором месте – волжский размах, на третьем – трудолюбие, на четвертом – чувство красоты, тяготение к прекрасному и т.д.

Образ кубанца. На первом месте – свободолюбие, на втором месте – мужество, на третьем – качества земледельца и на четвертом месте – яркий художественный талант.

Причем, подчеркивается несравнимость достоинств. Мы, куряне, такие трудолюбивые, что даже сравнить не с кем. Можно было сказать: "Мы такие же демократичные, как и ...". Или: "У нас на митинг пришло 10 тысяч человек, больше, чем в Москве". Но сказать: "Мы трудолюбивые, как и в Саратове", – невозможно. Поэтому говорится о том, что таких трудолюбивых, как мы, просто нет.

Пресса настойчиво убеждает человека, что принадлежать к этому "Мы" – это уже достоинство. Быть саратовцем уже само по себе – достоинство, а если мне так повезло, что я еще и интеллигент, то значит я – самый

талантливый интеллигент. Если я – кубанец, я свободолюбивый уже прямо от рождения. И так далее³.

Перемена эпох во всех регионах ознаменовалась переменой имен: даже в краях и областях региональные администрации называют правительствами, а области - губерниями (или же, например, вместо «Краснодарский край» часто говорят «Кубань», хотя последнее название не имеет отношения к административно-территориальному делению), нормативные акты региональных законодательных органов официально именуют законами. Стали возникать новые или восстанавливаться старые устойчивые языковые штампы и слоганы (по своей природе это мифологемы), призванные закрепить особый статус субъекта РФ или его административного центра: «Нижний Новгород - третья столица России», «Саратов - столица Поволжья», «Урал - опорный край державы» и т.д. А.Логунов приводит термины и оценки, которые использовались в местных газетах.

«Что такое Приморье? Приморье – это не просто Приморье, Приморье – это форпост России на Дальнем Востоке, это часть России, но это форпост. От того, как ситуация сложится в Приморье, будет зависеть судьба России.

Нижний Новгород – это не просто крупный поволжский центр, это не просто центр экономики. Нижний Новгород – это третья столица, Нижний Новгород – это карман России. Как сложится ситуация в Нижнем Новгороде, так будет жить Россия.

Красноярск – это не просто столичный город, Красноярск – это центр всей России, как избиратели голосуют в Красноярске, так они проголосуют по всей России. От успеха Красноярской власти зависит все.

Краснодар – разве это просто краевой центр? Нет, это центр всего Юга России, как сложится ситуация здесь, так сложится ситуация на всем Юге.

³ Там же, с. 127.

Ярославль – это не просто Ярославль, это центр Европейской России. От того, как ситуация сложится в Ярославле... и т.д.»⁴.

Очевидность негативных последствий подобной практики стимулировала интерес к проблеме «Толерантность и СМИ». В последнее время этой проблеме уделяется много внимания. Проводятся конференции, издаются книги и брошюры, реализуются специальные проекты, направленные на просвещение журналистов, повышение уровня публикаций, посвященных освещению сложных аспектов межэтнических отношений и конфликтных ситуаций. Безусловно, реализация этих проектов сыграла свою положительную роль. По крайней мере, само слово «толерантность» уже вошло в журналистский обиход. Правда, следует отметить, что чаще всего этим словом обозначается морально-нравственная установка на терпимость, снисходительность, понимание другого. Толерантный человек - это человек, который с уважением относится к интересам, привычкам, верованиям других людей, стремится понять их и достичь взаимного согласия без применения насилия, давления.

На мой взгляд, это чрезмерно узкое толкование данной категории. Представляется возможным рассматривать толерантность как характеристику любых социальных структур - отдельного человека, социальной группы, общественного института или общества в целом, - фиксирующую специфическую ориентацию на разрешение конфликтных ситуаций, возникающих в процессе взаимодействия с другими социальными структурами. Специфичность этой ориентации заключается в стремлении понять позицию другой стороны, объяснить ей свою позицию и в процессе диалога найти взаимоприемлемое компромиссное решение. Категорией, противоположной по своему социальному смыслу толерантности, является экстремизм, опирающийся на насилие как главный инструмент решения проблем.

⁴ Там же, с. 126.

Таким образом, толерантность есть не только нравственная характеристика отдельного человека, но и специфическая технология взаимодействия людей, такая технология, которая обеспечивает достижение целей через уравнивание интересов, убеждение сотрудничающих сторон в необходимости поиска взаимоприемлемого компромисса⁵.

Возвращаясь к анализу роли российских СМИ в распространении негативных стереотипов и мифологем, считаю возможным поставить вопрос о причинах подобного поведения российских журналистов. Мне представляется необходимым выделить следующие факторы.

Во-первых, чрезмерно высокая зависимость СМИ от различных социальных структур. На сегодняшний день процесс функционирования российской прессы определяют четыре группы институализированных структур.

Это, прежде всего, власть, которая напрямую вовлечена в дела журналистов, поскольку не только определяет правила игры, но и сама является и учредителем СМИ, и заказчиком, и потребителем определенного продукта. Власть, которая покупает журналистов или принуждает их выполнять свои заказы. Средств давления много. Это и необходимость

⁵ Предвосхищая дальнейший разговор, полагаю необходимым уже здесь заявить, что так понимаемая толерантность есть предпосылка, условие и одновременно продукт либерального, демократического общества. Только в обществе, признающем в качестве высшей ценности и главного богатства свободную суверенную человеческую личность, толерантность становится естественным атрибутом цивилизованности. И наоборот, в обществе, где к идее суверенной личности относятся с подозрением, толерантность также рассматривается как синоним мягкотелости и неумения бороться "за светлые идеалы".

Поскольку Россия ни экономической, ни политической свободой никогда не отличалась, то ни практических, ни теоретических основ либерализма для себя не выработала. Русская историческая традиция от славянофилов до Солженицына неизменно отрицала западный либерализм во имя внутренней религиозной свободы. Законность и право как "этические минимумы" человеческой жизни третируются как формы внешнего ограничения и принудилки. Они казались чуждыми высоким идеалам подлинной духовной свободы.

Эта традиция жива и сегодня. Авторы многих появляющихся в прессе публикаций настойчиво стремятся развенчать "либерально-рационалистический миф", повинный, по их мнению, в повсеместно наступившем культурно-экологическом кризисе и требуют предпринять экстраординарные меры по его преодолению.

Зато насилие как средство решения различных, в том числе и политических проблем имеет среди российских журналистов немало сторонников. В России экстремизм и его крайняя форма - терроризм всегда вызывали интерес у определенных групп населения, которые могли обратить на себя внимание только посредством диких эксцессов и у интеллектуалов, выражавших интересы этих групп. Достаточно напомнить Нечаева с его лозунгом: "Нравственно то, что служит революции". Конечно, терроризм в России тоже был разный. Большевиком устами В.И.Ленина хотя и осуждал индивидуальный террор (не с этических, а методологических и стратегических позиций), ставил в заслугу народолюбцам то, что они своим героическим террористическим методом борьбы способствовали последовательному революционному воспитанию русского народа.

Российские журналисты и сейчас много и со вкусом пишут об экстремистах всех мастей, так много, что невольно закрадывается подозрение, что именно этот тип политического поведения представляется им наиболее "интересным".

просить у власти помещение для работы. Это и страх перед возможностями власти отключить электроэнергию, повысить арендную плату. Но дело не только в том, что власть заинтересована в журналистике. Дело еще и в том, что многие журналисты видят во власти если не единственного, то главного субъекта общественной жизнедеятельности. Статистика показывает, что свыше семидесяти процентов журналистов наиболее часто используют в качестве предмета писаний и источника информации властные структуры.

Это, во-вторых, бизнес. Российский бизнес не только внедряется непосредственно в медиа-бизнес, но и контролирует журналистскую среду косвенными методами.

Это, в-третьих, различные экспертные сообщества. На заре перестройки и гласности единственными структурами, которые контролировали деятельность СМИ, были власть и интеллигенция. Интеллигенция являлась основным поставщиком текстов массовой коммуникации. Потом, в связи с изменением обстоятельств, интеллигенцию отодвинули в сторону. Но, тем не менее, она продолжает влиять на ситуацию в СМИ - через неформальные объединения, через вовлечение журналистов в свои структуры.

И, наконец, в-четвертых, это различные негосударственные, некоммерческие организации, которые хотят, чтобы пресса постоянно возбуждала общественное мнение и помогала НКО решать их проблемы. При этом большинство активистов рассматривают СМИ как свой инструмент, а общественное мнение - как прямолинейную реакцию населения на материалы, появившиеся в СМИ. Отсюда наивная убежденность в том, что если СМИ будут много писать, например, о проблемах социального сиротства, то общественное мнение будет таким, как этого хочется тем, кто инициирует соответствующие статьи. Пресса же, по мнению представителей НКО, мало помогает им в этом благородном деле.

Таким образом, эти четыре структуры заказывают ту музыку, которую играют журналисты. Вокруг этих четырех структур, на периферии всей этой

системы размещается рядовой читатель, зритель, слушатель, который, честно говоря, не очень интересен многим СМИ, поскольку дохода от него мало, а мороки – много.

Опыт последнего десятилетия еще раз подтвердил, в общем-то, очевидные истины. Естественное состояние СМИ – быть независимыми от власти и свободными в освещении действительности и выражении мнений. Но для того, чтобы свободные и независимые СМИ могли существовать, нужны три условия:

- развитой свободный рынок, стимулирующий стремление производителей рекламировать свои товары и услуги;
- динамичное общество, требующее от своих членов быстрой реакции и умения принимать эффективные решения в постоянно изменяющихся условиях;
- достаточно многочисленный и обеспеченный средний класс, готовый платить за качественную информацию.

Ничего этого в России нет. Есть псевдорынок, контролируемый властью и несколькими финансово-промышленными группами, получившими доверенность от власти на управление мелкими рыбешками. Есть вялое, апатичное сообщество индивидов, прячущихся от любых вопросов в заботу о семье или собственном выживании. И нет ничего похожего на средний класс в европейском понимании этого термина. Таким образом, в современной экономической ситуации Россия не в состоянии обеспечить процветание большого числа независимых коммерческих СМИ, если они хотят торговать качественным информационным товаром.

Можно повторить еще раз: для того, чтобы возникли и развивались качественные коммерческие средства массовой информации, необходимо, чтобы средний класс, то есть предприниматели, юристы, преподаватели, врачи, дилеры, брокеры, торговцы, финансисты и проч. составляли хотя бы 30 процентов населения и нуждались в качественной независимой информации. Кроме этого, уровень экономического развития страны должен

быть таков, чтобы рекламодатель был заинтересован в этом слое населения, которое смотрит качественное телевидение и читает качественные газеты и журналы. Этот слой населения должен быть достаточно богатым и интересоваться достаточно дорогими товарами, которые рекламируются с помощью качественных независимых СМИ. Если ничего этого нет, приходится жить в долг, выкручиваться, идти на компромиссы и рано или поздно сдаваться на милость победителя. Что и произошло.

С этой точки зрения многие из независимых СМИ представляют собой оранжерейные цветы, выращенные заботливым садоводом в теплице и способные существовать только в теплице. Как только злые дяди сорвали пленку с этой теплицы, цветы увяли. Независимость СМИ тут же кончилась.

Что касается российской журналистики, то первый и главный на сегодняшний день процесс, который характеризует ее состояние, представляет собой разложение прежней профессиональной и общегражданской культуры, связанной с пониманием журналистики как общественной или политической деятельности и переходом к пониманию журналистики как сферы бизнеса. Особенность ситуации как раз в том и состоит: уже не четвертая власть, но еще не бизнес. Именно здесь, на мой взгляд, и коренятся причины многих проблем, в том числе и проблемы распространения так называемого «языка вражды».

В самом деле, пресса, стоящая на позициях четвертой власти или исповедующая идеологию общественного диалога, зависит, прежде всего, от так называемой общественности или элитарных слоев общества. Такая пресса ориентируется на гражданские структуры, обращается к ответственной личности. Следовательно, такая пресса включена в диалогическую культуру, предполагающую уважительное отношение к оппоненту, ориентацию на диалогические технологии коммуникации.

Пресса, стоящая на позициях бизнеса в странах, где большинство населения составляет так называемый средний класс, для которого характерен исторический оптимизм, достаточно высокий уровень материального

благополучия, законопослушность и хотя бы внешне исповедуемая моральность, вынуждена соблюдать некий баланс между политкорректностью и тайным желанием крепко выразиться по поводу своих культурных противников.

В России основной аудиторией прессы являются социальные маргиналы, люди, выпавшие из традиционной культуры и не нашедшие себя в новой культуре. Дело не в личностных качествах конкретных людей, а в общей ситуации.

Живущее в этой ситуации население нуждается в постоянном наркотике агрессии и провоцирует агрессию где только может. Пресса, которая по законам рынка должна обращаться к массовой аудитории, вынуждена удовлетворять эту потребность хотя бы в языковой агрессии, иначе ее не будут воспринимать. И чем выше уровень языковой агрессии, тем, при прочих равных условиях, выше рыночный успех средства массовой информации. Отсюда разгул того, что я называю репрессивной культурой речевой коммуникации.

Наконец, не стоит сбрасывать со счетов еще и сугубо профессиональные, точнее лично-профессиональные причины речевой агрессии. Во-первых, это низкая интеллектуальная и соответственно низкая речевая культура, когда журналист не умеет мыслить, не умеет выразить свои рыхлые, расплывающиеся мысли и замещает точность высказывания эмоциональностью речи. Во-вторых, журналист, обаянный идеей (а в прессе, особенно провинциальной, много журналистов «с идеей»), стремится использовать все возможные речевые ресурсы для того, чтобы та идея, которой болен он, стала всеобщей болезнью. Стремление навязать аудитории свой взгляд, свое видение – давняя особенность российской публицистики.

Вторая причина – слабость структур гражданского общества. Одной из форм самоорганизации общества являются так называемые негосударственные, некоммерческие организации. (НКО, НГО). Согласно Гражданскому кодексу РФ, это общественные объединения: центры, клубы,

организации, общественные фонды, учреждения, объединения юридических лиц – ассоциации, союзы, потребительские кооперативы, органы самоуправления граждан – сходы, избирающие председателя и его советников) во всех сферах жизнедеятельности общества. В демократических государствах различные объединения граждан отражают широкую палитру хозяйственных, семейных, правовых, культурных и многих других интересов и создаются в целях удовлетворения этих интересов. Специфика всех организаций, образующих ГО, состоит в том, что они создаются не государством, а самими гражданами, предприятиями, существуют автономно от государства, но в рамках действующих законов. Составляющие ГО объединения возникают, как правило, спонтанно (в связи с появлением у группы граждан конкретного интереса и потребности в его реализации). Затем какая-то часть этих объединений может прекратить свое существование. Однако подавляющая их часть оказывается постоянно действующими, набирающими со временем силу и авторитет.

Сеть таких организаций может быть очень плотной, включающей в некоторых странах сотни тысяч разного рода объединений граждан. Например, в США их 1 млн. 140 тыс. или 4,334 на 1 млн. жителей, в Канаде 144 тыс. или 4,800 на 1 млн. жителей, в Великобритании 300 тысяч или 5,172 на 1 млн. жителей; но более всего развита сеть НПО в Швеции: 180 тыс. или 20,000 на 1 млн. жителей. Однако эта сеть может быть и «рыхлой», насчитывающей скромное число такого рода организаций (признак государств, делающих первые шаги в демократическом развитии) - например, в Японии 74 тыс. НПО или 592 на 1 млн. жителей, а в Узбекистане около 400 НПО или 17 на 1 млн. жителей. В России, согласно данным Министерства юстиции, зарегистрировано более 350 тысяч некоммерческих общественных организаций. (Около 400 НПО на 1 млн. жителей, то есть меньше, чем в Японии, но больше, чем в Узбекистане).

Очень часто густую сеть негосударственных, некоммерческих организаций отождествляют с гражданским обществом. Такое отождествление не вполне правомерно⁶.

На мой взгляд, системообразующими факторами гражданского общества являются не большое количество негосударственных организаций, а наличие нескольких обязательных условий:

- Рыночные отношения, пронизывающие все общество и контролируемые общественной моралью;
- Уважение к праву, которое стоит на защите прав человека;
- Публичность власти, подкрепленная существованием независимой от власти прессы;
- Наличие мощного среднего класса, который готов защищать свои права от любых посягательств.

Эту мысль подтверждает мнение Игоря Харичева, генерального директора Центра прикладных избирательных технологий: «Общественные организации в современной России имеются. Но гражданского общества нет. Нынешние партии, союзы, общества, движения созданы, скорее, для тех, кто ими руководит, чем для широких групп населения. Они вовсе не защищают интересов значительной части россиян. Потому и не пользуются реальной поддержкой.

Если, к примеру, взять российские профсоюзы, то из них благоденствует лишь ФНПР, преемник ВЦСПС («школы коммунизма»), получивший в наследство несметное богатство последнего в виде домов отдыха, пансионатов, гостиничных комплексов и профсоюзно-административных зданий, которые строились в советское время не без участия государственных средств. Трудно сказать, чем больше занимается

⁶ В брошюре «Методы деятельности СМИ в условиях становления гражданского общества», изданной факультетом журналистики МГУ в 2001 году, я попытался рассмотреть некоторые важные аспекты проблематики, связанной с различным толкованием категории «гражданское общество».

ФНПР - коммерцией, политикой или защитой интересов людей наемного труда на конкретных предприятиях.

Местные общественные объединения не играют в нашей стране никакой роли. В Москве, где фактически отсутствует местное самоуправление и чиновники любого уровня ориентированы только на вышестоящих начальников, а не на живущих рядом москвичей, где вся пирамида власти выстроена под мэра, роль местных общественных объединений нулевая: они либо не замечаются бюрократами, либо служат ширмой, прикрывающей всевластие муниципальных чиновников. В результате страдают интересы жителей. Но только ли в Москве существует подобная ситуация?

Нет у нас и настоящих политических партий. Те, которые есть, не имеют надежной перспективы. (По данным фонда «Общественное мнение», 52 процента граждан убеждены, что политические партии приносят стране больше вреда, чем пользы.) Но по большому счету дело не в слабых партиях и общественных организациях: они такие, каково общество, ибо они - его часть. Дело в менталитете большей части россиян. Мы не умеем отстаивать свои интересы. Мы по-прежнему во всем уповаем на власть. Мы говорим «сильное государство», имея в виду, что оно держит в кулаке все и вся. А на самом деле сильное государство должно обеспечивать неукоснительность выполнения законов. Остальное - забота структур гражданского общества»⁷.

Более того, рискну высказать предположение, что в эпоху постмодерна само существование постоянных общественных объединений находится под большим вопросом. Эти организации возникали в определенных социальных условиях как эффективный инструмент соорганизации индивидов и координации действий, направленных на защиту своих интересов. В эпоху электронной демократии, интернета и массовых коммуникаций

⁷ И. Харичев. Гражданское общество в подарок. «НГ», 13 сентября 2001 г. <http://www.carnegie.ru/books/pro5/01dilige.htm>

необходимость в таких организациях существенно уменьшается. Главным элементом гражданского общества становится ответственный (или, как его иногда называют, адекватный) гражданин⁸.

Не случайно Е.П.Прохоров так настойчиво пишет о необходимости для российских СМИ выделить в качестве центральной задачи своей деятельности задачу формирования гражданской позиции каждого человека как субъекта социальных отношений. «Всю эту деятельность журналистики можно охарактеризовать как *социализацию гражданина*, представляющую собой процесс вхождения человека в жизнь общества через усвоение системы знаний, норм, ценностей и, в связи с этим, определения своего места в системе общественных отношений, своих жизненных целей и способов их достижения»⁹.

В любом случае НГО могли бы стать серьезным препятствием провокативных действий некоторых СМИ. Однако раздробленность, рыхлость НГО приводит к тому, что протесты диаспор не поддерживаются другими структурами и глоснут, не вызывая мощного резонанса.

В качестве третьего фактора можно назвать отсутствие общепонятных и эффективных схем взаимодействия между властью, некоммерческим сектором и СМИ.

На сегодняшний день можно выделить три основных формы взаимоотношений между организациями третьего сектора, СМИ и властью. Очень условно их можно назвать «отношения общественного договора», «отношения общественного диалога» и «отношения социального партнерства».

⁸ Адекватный гражданин, таким образом - хорошо ориентированная личность с верной самоидентификацией в обществе, притом настроенная на деятельное участие в жизни общества с учетом его реального состояния и ясных перспектив на основе обдуманых и принятых необходимых решений. «Чтобы демократия была действенной, необходим, - отмечает Р.Даль, - и это очевидно, определенный уровень компетентности граждан». И если даже в «старых» демократиях обнаруживается «трагическая ограниченность компетентности граждан», то в «молодых» демократиях решение проблемы некомпетентности «приобретает первостепенное значение» (Даль Р.А. Проблема компетентности гражданина. В кн.: Демократия: теория и практика. М.1996, с22).

⁹ Е.ПРОХОРОВ. Должны ли журналисты думать о формировании гражданской культуры населения? В кн.: «МЫ – СОГРАЖДАНЕ. СМИ и общество. М.: 2002. (В печати).

Словосочетание «общественный договор» ассоциируется с именем Жан-Жака Руссо и его доктриной договорного происхождения государства. Речь идет о том, что источником и обладателем власти на деле является народ, который на договорных условиях поручает ее осуществление некоторым носителям власти. Эта мысль, кочевавшая от Лао Цзы и Эпикура к Руссо и Локку, Радищеву и Пестелю, осталась справедливой и сейчас.

Однако в сегодняшней практике под отношениями общественного договора следует понимать ситуацию, когда СМИ, НКО и власть договариваются о четких границах взаимодействия и обязательствах друг друга. Именно так строятся взаимоотношения между многими правозащитными, экологическими организациями и властью.

Говоря об отношениях типа «общественный диалог», мы имеем в виду ситуацию, когда между властью и НГО формируется режим постоянных консультаций.¹⁰ В России в последние годы прилагается много усилий для формирования режима общественного диалога. 21 ноября 2001 года в Москве, в Большом Кремлевском Дворце состоялось открытие Гражданского форума. Открывая Форум, Председатель Московской Хельсинкской группы Людмила Алексеева сказала, что участие в нынешнем Форуме представителей государства на самом высоком уровне свидетельствует о том, что федеральная власть осознала необходимость общения с некоммерческими организациями. Размышляя о том, как будут складываться отношения между обществом и властью, Л.Алексеева подчеркнула, что в современном мире политическая стабильность и экономическое процветание отличают те страны, где гражданское общество и власть научились быть не только оппонентами, но и партнерами, научились совместно решать проблемы, которые ни общество не может решить без власти, ни власть - без общества.

¹⁰ Об общественном диалоге см.: Реснянская Л.Л. Двусторонняя коммуникация: методика организации общественного диалога. М.: 2001. Груша А.В. Формы и методы организации взаимодействия субъектов политики. Пресса и политический диалог. М.: 2001.

«К сожалению, констатировала Л.Алексеева, Россия еще не входит в число таких стран. У нас разрыв между властью и гражданами огромен. Власть глухо отделена от них и не знает толком, чем они живут, а они не верят власти и опасаются ее. Неполитические общественные организации призваны сократить этот вопиющий разрыв. Но ни в коем случае не в качестве то ли опоры, то ли политического резерва власти, а только в качестве равноправного партнера ее, потому что мы озвучиваем конкретные интересы наших граждан, их социальные и гражданские инициативы. В частности, и перед властью озвучиваем. На этом Форуме мы должны определить круг первоочередных проблем, которые общество и власть не могут решить отдельно. Мы должны выработать механизмы взаимодействия общественных организаций и государственных структур для решения этих проблем».

Выступивший на Форуме Президент РФ Владимир Путин подчеркнул, что «...содействие, оказанное государством в организации этого мероприятия, было продиктовано не чем иным, как осознанием необходимости диалога и партнерства между властью и гражданским обществом». И далее он сказал: «Вряд ли кто-то обладает готовым «рецептом» возвращения гражданского общества, но перед властью в целом может стоять только одна задача - формировать максимально благоприятный институт для его развития. Задача главная - и по сути дела, единственная. В этой аудитории находятся представители очень разных гражданских институтов - разных по своим целям и по своим ожиданиям от государства. Есть и такие, которые жестко оппонируют власти по принципиальным вопросам государственной политики. Считаю это не просто явлением нормальным - но в условиях демократии и крайне полезным. Без действительно партнерских отношений между государством и обществом не может быть ни сильного государства, ни процветающего благополучного общества: здесь нужен диалог на равных. И мы осознаем, что эффективность

этого диалога в значительной степени зависит от нас - от представителей власти, от власти в целом. В этой связи мы готовы пойти на необходимые организационные и, если потребуется, законодательные меры, готовы обеспечить эффективную обратную связь общества с госаппаратом. Во всяком случае, мы попробуем это сделать. Мы готовы внимательно слушать и слышать то, что вы предлагаете. И полагаю, что именно сейчас, когда для России и ее граждан наступило время действительно больших возможностей, такое сотрудничество может стать очень продуктивным, оно нужно нашему государству».

На Форуме была найдена новая форма общения власти и общественных организаций - Круглые столы.

Разумеется, организация эффективного диалога требует соблюдения нескольких правил:

1. Создаются условия для формирования у общественности ясного и полного представления о механизмах и процедурах выявления и решения экологических проблем и учета экологических потребностей соответствующими учреждениями и организациями.
2. Общественность имеет доступ к полной информации о ходе и текущем состоянии процесса разработки и осуществления проекта, плана, программы, о формировании политики и т.п.
3. Все заинтересованные граждане имеют возможность сообщить о своей точке зрения, потребностях и предпочтениях, связанных с использованием ресурсов, альтернативными вариантами решения, системой управления проектом, а также иную информацию, имеющую отношение к принимаемому решению.

К сожалению, красивые декларации, прозвучавшие на Форуме, с большим трудом воплощаются в жизнь. И надо сказать, что СМИ немало злорадствуют по этому поводу.

Что касается социального партнерства, то, несмотря на кажущуюся понятность и очевидность, этот термин не всеми воспринимается однозначно. Для представителей некоммерческих организаций смысл понятия «социальное партнерство» состоит в налаживании конструктивного взаимодействия между тремя силами, действующими на общественной арене России - государственными структурами, коммерческими предприятиями и некоммерческими организациями (условно называемыми первым, вторым и третьим сектором). Такое взаимодействие необходимо, чтобы совместными усилиями решать значимые социальные проблемы, такие, например, как оказание помощи бедным, бездомным, инвалидам и сиротам, борьба с различными проявлениями насилия (в семье, по отношению к женщине и др.) снижение или устранение загрязнения окружающей среды, сохранение культурного и исторического наследия и т.п.

В силу ряда обстоятельств пресса еще не стала эффективным участником гражданского, общественного диалога, модератором социального партнерства. Анализ показывает, что даже в самых лучших планах социального партнерства участвуют власти, наиболее крупные и влиятельные организации, предприятия, объединения, иногда общественность. Место для СМИ в таких планах не предусмотрено. Между тем, очевидно, что без прессы привлечь общественность и население к участию в разработке стратегических планов развития города и в реализации идей социального партнерства невозможно в принципе. Только с помощью прессы можно обеспечить диагностику проблем и потребностей, выявить возможные альтернативные решения, оценить последствия различных альтернатив, создать условия для решения конфликтов в городском сообществе, поиска консенсуса, деполяризации интересов. Именно с помощью прессы можно обеспечить эффективное функционирование таких программ информирования общественности и вовлечения населения в обсуждение различных проблем, как «горячий» телефон, общественные приемные, опросы, фокус-группы, общественные слушания, интерактивные

теле- и радиодebаты, гражданский референдум, голосование по ключевым вопросам через СМИ, обучение граждан и др.

Почему же пресса выпала из участников социального партнерства? Причин несколько. Одна из них уже называлась – высокая степень административной и финансовой зависимости СМИ от властей и местного бизнеса. Кроме того, политическое противостояние, особенно остро проявляющееся в период предвыборных баталий, разделило СМИ на «своих» и «чужих», что ведет, с одной стороны, к необъективности отражения существующего положения дел, а с другой - к тому, что граждане не доверяют сообщениям газет, журналов, радио и телевидения.

Вторая, главная причина – абсолютное нежелание власть предержащих учитывать особенности прессы как самостоятельного социального института, стремление превратить журналистов в своих подручных, которым положено выполнять спущенные им поручения¹¹.

Руководители администраций видят в прессе, прежде всего, нечто вроде дополнительной информационно-аналитической службы, а также отдела по работе с общественностью, но никак не контролера и критика своих действий. По их мнению, пресса должна быть чем-то вроде постоянно действующей трибуны, на которой должны выступать те, у кого есть

¹¹ Вот лишь один наглядный пример выбранной властью формы диалога с общественностью и СМИ. 4 апреля 2002 года в г. Курган съехалось около 500 представителей общественности и СМИ из разных концов области. Мероприятие проходило по заведенной еще коммунистами традиции. Большую часть отведенного времени губернатор вещал о достижениях, награждал, отвечал на вопросы. Остаток времени был выделен для выступления только «своим», «благонадежным». Инакомыслящим доступ к трибуне был запрещен. В своем выступлении губернатор области заявил, что СМИ не являются никакой «четвертой властью». Их обязанность - информировать о достижениях власти. В подтверждение этого в тот же день журналистка Андропова, выступая на радио, назвала показное мероприятие «Гражданским форумом областного масштаба», не заметив, что никакого подобия переговорных площадок или диалога с властью не наблюдалось. Как надо информировать, демонстрировал сам губернатор в докладе. В проблемах региона, доведенного до нищеты (более 50 процентов - за чертой бедности), следует винить московскую власть и плохой народ, доставшийся нашей власти. О том, что почти через год после исчезновения оппозиционного журналиста Владимира Кирсанова нет никаких результатов расследования, что побывавший в Кургане представитель организации «Репортеры без границ» лично выразил на днях губернатору обеспокоенность как неприятием мер по розыску преступников, так и по ситуации со свободой слова в Курганской области, - губернатор умолчал. Не позволили также правозащитной организации показать собравшейся аудитории результаты анализа местной прессы. А картина выглядела так: 54 процента площади местных изданий отведены деятельности власти, 1 процент (в сельскохозяйственном регионе) отведен сельскому хозяйству, 0,1 процента - деятельности общественных объединений. Когда эти материалы были предложены редактору районки, присутствовавшему на собрании, он ответил буквально следующее: «Нужно сначала выяснить реакцию на это у пресс-службы губернатора и Думы». (Из мониторинга Центра экстремальной журналистики)

полезные для власти мысли и предложения. Сами журналисты при этом должны быть лишь модераторами или трансляторами позиций и точек зрения. При всех индивидуальных различиях в возрасте, образовании, жизненном опыте российские руководители разных рангов рассматривают СМИ не как самостоятельный институт гражданского общества и не как особый, относительно самостоятельный информационный бизнес, а исключительно как информационно-пропагандистский придаток к руководству. Многие из них изначально убеждены в том, что дело журналистов - помогать им, руководителям, решать стоящие перед ними проблемы.

Понятно, что до тех пор, пока власти будут так относиться к прессе, она не будет полноправным участником социального партнерства. А без прессы никакого социального партнерства не получится.

Что касается журналистов, то они чаще всего ориентированы на традиционные журналистские ценности с их идеалом абсолютной независимости от всего и вся и негативным отношением к любым попыткам посягнуть на то, что называется свободой журналистской деятельности. Поэтому они считают своими главными задачами информирование о происходящих событиях и их анализ, поиск путей решения проблем, отражение разнообразия мнений, настроений, предоставление аудитории практической информации.

Оценивая свои взаимоотношения с руководителями и должностными лицами города, журналисты дали этим взаимоотношениям весьма негативную оценку. Менее 15 процентов удовлетворены отношениями между журналистами и руководителями. Основные причины такого высокого уровня неудовлетворенности отношениями с руководителями и должностными лицами связаны со стремлением руководителей не допустить появления критических материалов, отказом в доступе к информации и т.п.

Таким образом, отношения между властью и СМИ в России самоопределяются либо в терминах подчинения и услужения, либо в

терминах войны. Третьего - то есть диалога, партнерства - не получается. Многие журналисты сознательно или бессознательно поддерживают мифологию военного противостояния прессы и власти, поскольку этот миф позволяет журналистам повысить свою значимость как некоего ресурса.

Очевидно, что в рамках двух названных выше моделей отношений между властью и журналистским сообществом (модель подчинения и модель войны) добиться взаимоприемлемых и эффективных схем сотрудничества невозможно. Поэтому, на наш взгляд, необходимо от идеи противостояния журналистов всем и вся переходить к идее социального партнерства, разумеется, с точным пониманием границ этого партнерства, очерченным общеевропейскими документами о независимости прессы. Но очевидно, что реализация идеологии социального партнерства предполагает смену основных профессиональных ориентаций журналистов. Речь идет о постепенном переходе к новой модели профессиональной деятельности, ориентированной не на конфликты и ньюсмейкеров, а на участие в общественных дискуссиях в качестве вдохновителя, а не судьи.

Поэтому, наращивая усилия по становлению и развитию информационного рынка, журналистское сообщество должно озаботиться решением еще, по крайней мере, двух проблем.

Одна из них связана с более тесным сотрудничеством журналистского сообщества с правозащитным сообществом и структурами гражданского общества. Без такого сотрудничества журналистское сообщество не сможет преодолеть сопротивление власти, которая ни за что не позволит возникнуть медийным структурам, способным вести самостоятельную информационную политику.

Есть только две силы в России, которые более-менее искренне заинтересованы в становлении гражданского общества. Это журналисты, которым объективно, независимо от их личных характеристик, необходим свободный информационный рынок. И вторая сила – это активисты третьего

сектора. Они тоже могут существовать только в том случае, когда свободны осуществлять свою миссию¹².

И еще одна проблема, решение которой необходимо для создания условий становления социально ответственной журналистики, касается механизмов саморегулирования отношений внутри СМИ. В Англии никому не придет в голову сразу бежать в суд, если в газете опубликована недостоверная информация. Есть специальные общественные и корпоративные институты, которые лучше любого закона контролируют соблюдение журналистами корпоративных правил социально ответственной деятельности. В России, к сожалению, профессиональное сообщество еще не сформировалось. Многие журналисты не чувствуют ответственности перед своими коллегами (не говоря уж о читателях или зрителях), что приводит к большому количеству нарушений профессиональной этики. Спекулируя на этом, ряд консервативных законодателей призывает принять жесткие законы, которые обеспечили бы защиту общества и государства от безответственных журналистов. Чтобы избежать такой перспективы, многие российские журналисты считают, что пришло время для создания эффективных институтов, которые должны заниматься саморегулированием отношений внутри средств массовой информации и их отношений с гражданами, с общественными и государственными институтами.

К сожалению, сама журналистская корпорация находится в раздробленном, распыленном состоянии. Генеральный секретарь Союза журналистов РФ И. Яковенко констатирует, что СМИ сами поддерживают нечестные правила игры, а значит, не очень заинтересованы в свободе и независимости. Потому что в условиях прозрачного и честного рынка

¹² Разумеется, и в предпринимательской среде есть отдельные отчаянные индивиды, готовые помогать борцам за свободу слова и гражданское общество. Но особенно на них рассчитывать не приходится. Не очень рационально рассчитывать и на помощь зарубежных фондов. Они, конечно, помогали, помогают и будут помогать, но объем этой помощи таков, что может поддержать на плаву отдельные СМИ, но не может решить наши проблемы. Так что вновь можно сделать вывод, что сами журналисты, консолидировавшись в некие коалиции со структурами гражданского общества, могут попытаться обеспечить приемлемые условия для профессиональной свободы. А для этого журналистское сообщество должно преодолеть мифы в собственном сознании, очень ясно и трезво оценить ситуацию, попытаться разработать хоть какую-то внятную концепцию своего движения во времени.

многим придется покинуть этот бизнес. И все равно правила игры придется менять. Должна быть создана мощная корпоративная среда, ориентированная на честную игру. Сами журналисты должны обеспечить собственное будущее. Никто, кроме них, этим заниматься не будет.

Главный вывод, который вытекает из всего вышесказанного: для того чтобы российская журналистика не стала под давлением определенных индивидов и заинтересованных структур обычным заурядным бизнесом, который обеспечивает высокие доходы предприимчивым дельцам, спекулирующим на нищете, отсталости, социальной и психологической закомплексованности значительной части населения, категорически не желающим рассматривать журналистику как сферу социально ответственной деятельности, надо настойчиво формировать основы цивилизованного общества. Менять отношения между властью, бизнесом и СМИ. До тех пор, пока эти отношения будут строиться по моделям подчинения или противостояния, все – даже самые благие намерения и дела - будут выглядеть, как в комнате смеха. Но для того чтобы перейти от моделей подчинения и противостояния к модели социального партнерства, необходимо существенно повысить «прозрачность» всех процессов: экономических, политических, социальных, информационных. Подлинный диалог, подлинное партнерство, подлинное доверие возможны только в атмосфере информационной открытости¹³.

¹³ Открытый и беспрепятственный доступ к общественно значимой информации выступает в этом смысле не просто гарантом справедливого управления и свободного общества. Общественно значимая информация способствует просвещению народа, стимулирует прогресс и помогает решению стоящих перед нами сложных экономических, научных и социальных проблем. Это положение вытекает из идеи о том, что свободный доступ каждого к информации – основной принцип свободных обществ, гарантируемый их конституциями и международными законами. Это указано в статье 19 Всеобщей декларации прав человека, которая гласит: «Каждый человек имеет право на свободу убеждений и на свободное выражение их; это право включает свободу беспрепятственно придерживаться своих убеждений, свободу искать, получать и распространять информацию и идеи любыми средствами и независимо от государственных границ». Указанные свободы могут быть ограничены в случаях, когда «это установлено законом, исключительно с целью обеспечения должного признания и уважения прав и свобод других лиц и удовлетворения справедливых требований морали, общественного порядка и общего благосостояния в демократическом обществе» (статья 29). Каждая свобода, гарантированная во Всеобщей декларации, была «провозглашена как наивысшее стремление народа» (Введение). В ст. 10 Конвенции защиты прав человека и основных свобод, а также в документах, разработанных органами Конвенции, включая прецеденты, рассматриваемые Европейским судом по правам человека, ясно указано, что в странах-членах Совета Европы свобода доступа каждого к официальным (административным) документам рассматривается как средство надзора над действиями властей и как показатель состояния демократии. Эта свобода является одним из основных методов участия граждан в местной общественной жизни и общественной жизни всей нации.

Общий вывод из сказанного выше может быть сформулирован следующим образом. Не стоит уповать на то, что критикой «языка вражды» и демонстрацией образцов толерантного поведения можно изменить общую атмосферу в обществе и стране. Понадобится долгий и трудный путь пересмотра многих казавшихся незыблемыми представлений и культурных установок. Какую-то роль в этом процессе могут сыграть и средства массовой информации. При условии, что сами журналисты будут овладевать новой профессиональной культурой, которая отвечала бы нынешнему этапу развития России. Вероятно, можно воспользоваться американской концепцией гражданской журналистики, которая хорошо ложится на российские традиции, связанные с журналистикой народничества, качественной журналистикой эпохи Анатолия Аграновского и т.п. А может быть, мы сумеем выработать какую-то свою концепцию новой журналистики. Но ясно одно: нынешняя журналистика, не имеющая отчетливого представления о новых смыслах профессии, плохой помощник в деле формирования толерантности.