

Все чаще слышим: «в СМИ разброд и шатания», «отечественная журналистика в руинах». Так ли это, и почему растет тревожная молва? Обостряется противостояние с властями, процветает дезинформированность. Все сильнее взаимное недоверие между властью, обществом и прессой. Настало время выработать новую модель системы взаимодействия внутри этого «треугольника». Каким должно быть социальное партнерство его составляющих, чтобы служило оно интересам Отечества? Какое место занимают печатные СМИ в цепочке «власть — общество — пресса»? Обо всем этом размышляет президент правозащитного фонда «Комиссия по свободе доступа к информации» Иосиф Михайлович ДЗЯЛОШИНСКИЙ.

СКАНДАЛИСТ

В «КОМНАТЕ СМЕХА»

Отечественная журналистика всегда была сильна публицистикой, и это считалось ее характерной чертой во все периоды истории страны. Наша профессия все еще ощущает наследие, по правде говоря, лучших своих особенностей: роль просветителя, учителя, который помогал людям понять, что в жизни происходит, подсказывал, как поступить, являл собой непререкаемый моральный авторитет. Сегодня журналистика вынуждена кардинально менять свою социальную роль, осваивать новые технологии своей работы.

После 1992-1993 гг. вся деятельность СМИ разделилась на три потока: реклама с ее продвижением товаров и услуг, пиар, занявшийся созданием или «утоплением» репутаций, и собственно журналистика — информирование обо всем важном, новом, интересном.

«Новая журналистика», как стали ее называть, пытается рассматривать себя не как идеологическое оружие, а как бизнес на информационном поле. И это вносит принципиальные изменения в любые жанры нашего мастерства, ибо в бизнесе все решает «спрос», и задачи массмедиа определяются интересами пользователя, потребителя. А он такой разный.

В журналистском бизнесе самый надежный «товар» — правдивость. Но нужна ли она сегодня читателю? Исследования нашего фонда отмечают, что общество в большинстве своем как раз в правде и не нуждается. В демократических странах, где гражданин давно привык самостоятельно принимать решения, отвечать за себя и свою семью, — ему остро необходима своевременная и достоверная информация, чтобы знать, как действовать в личных жизненных интересах. Если чего-то не понял и обманулся — пеняй на себя.

Сегодня в российском обществе, как показывают социологические опросы, просматривается три группы читателей. Первая — «хочу все знать», чтоб продуктивнее вести собственные дела, полнее самореализоваться. Но к этой группе относится всего лишь 6-7 процентов из опрошенных сограждан. Вторая группа потребителей информации — «люди успеха». Для них главное — иметь высокие доходы, обеспечивающие традиционный набор благосостояния: удобная большая квартира, фешенебельная дача, современный автомобиль, возможность зарубежных поездок и т.д. Таких людей насчитывается чуть более 15 процентов. Самая многочисленная третья группа — «люди выживания». Для них главное — создать себе и семье приемлемые условия быта. Но при этом особенно напрягаться они не хотят — сильно еще социальное иждивенчество. Однако и они ориентируются на соблазнительные образцы «красивой жизни». Для этой категории людей характерно ожидание от массмедиа «легкого чтения», стремление

избежать лишних раздражителей, общественнозначимая информация ими не ценится

Достоверную и правдивую информацию хотят получать только две первые группы. Для того, чтобы состояться, достичь намеченных жизненных целей, необходимо свободно ориентироваться в нынешних реалиях.

Не только читательскую среду, но и российскую прессу можно условно разделить на три группы. Первая группа стремится создавать правдивую, честную информацию и частично сохраняет традиционный подход к своей профессии как учителя жизни. Такая журналистика нуждается в экономической поддержке либо со стороны властей (на любом уровне), либо спонсоров. Вторая группа старается производить качественную, полезную информацию и делать на ней бизнес. О третьей группе служителей массмедиа можно сказать так: главное для них — получать деньги. Они откровенно проституируют на низменных интересах «толпы», примитивных вкусах, нездоровом любопытстве, увлечены погоней за сенсациями. О них можно бы и не говорить, но, увы, они есть, кому-то нужны и занимают значительную долю медиарынка.

Что нароют кроты истории?

Такая расстановка сил на информационном поле связана со спецификой выбора путей развития России. Здесь просматривается три варианта развития. Первый ориентирован на вестернизацию, принятие западных стандартов мышления и поведения, перенос на нашу почву всей западной организации жизни, с ее темпоритами трудовых усилий, этическими нормами взаимоотношений и т.д.. На этом пути могли быть востребованы идеи личного успеха, прав человека, прочие демократические ценности. Но стремление вписаться в евроамериканскую цивилизацию оказалось нереальным. Подавляющая масса населения отрицательно восприняла «западный» вариант. Пришлось переходить на «модернизацию», на второй вариант, в основе которого лежит принцип «кентавра»: сохраняем сложившиеся схемы жизни и сотрудничаем с Западом при решении конкретных задач. Берем на Западе только технику и технологии, а образ мысли, логику поведения оставляем родную — они известны: пьянице-механизатору даем современный немецкий комбайн, и он немедленно ломается. В успех «кентавра» поверить трудно, однако

именно этот вариант принял наш нынешний президент. И наконец — третий, абсолютно бесперспективный вариант: оставить все как есть.

Противостоянием этих трех направлений определяются и позиции прессы. Одни пытаются продолжать отстаивать принципы демократической прессы. Другие испытывают давление властных структур, которые стараются прибрать СМИ к рукам. И в этом процессе приручения действует не чья-то злая воля, а просто таков ход развития общества — Россия так и не выбрала из трех вариантов ясную и надежную перспективу, четкого направления не определено. То дружим с американцами, то с ними воюем, то устремляемся в европейскую сторону, а вскоре задиристо заявляем: «Мы же Евразия!» В силу влияния структур власти и пресса довольно часто меняет позицию. Тем более дать подлинную картину современной действительности не так-то и просто. Да и многие СМИ всерьез считают, что читателей надо отвлекать от тягостных мыслей, иначе, мол, постоянно бомбардируя его негативной информацией, пресса наносит вред социальной политике и здоровью общества. А главное — сама власть не жалуется правдивые факты, не реагирует на кричащие сообщения. Она привычно рассматривает прессу как подчиненный ей ресурс. Эти отношения складывались десятилетиями. В советские времена СМИ воспринимались как нечто, имеющее прямое отношение к управлению страной. И все же, когда появлялась критика на действия самой власти, — она на нее реагировала. А сегодня, в рамках освободившегося общества, пресса для власти не указ. И хотя есть президентский указ, обязывающий реагировать на критические выступления печати, он практически не выполняется. И до тех пор, пока такая «традиция» не будет сломлена, все разговоры о гласности — пустой звук.

Так что же делать? Тут мы подходим к еще одной роли прессы: добиваться реакции властей, вовлекая в этот процесс саму общественность. Пусть это будут такие формы, как «горячие линии», общественные приемные, фокус-группы, референдумы, наконец, акции гражданского неповиновения, митинги и демонстрации, которые не так уж давно бурно у нас процветали. А иначе в условиях полной бесконтрольности власть и дальше будет прекрасно себя чувствовать, ощущая свою неуязвимость, не замечая «выпадов» СМИ, исполняющих роль одинокого голоса в пустыне.

Власть — общество — пресса

Только постепенное нарастание гражданской активности, самосознания даст результаты. Ускорит этот процесс формирование среднего класса, активные действия множества независимых, негосударственных структур. И, конечно же, развитие бизнеса, который больше не потерпит, чтобы с ним обращались так, как сегодня. Когда это произойдет?.. Вся надежда на «крота истории», который роет медленно, но верно.

Диалоги в «роковом треугольнике»

Был случай в Калуге, когда власти ополчились на одну из местных газет, разоблачившую местного прокурора, и попытались разогнать редакцию, но население и некоторые общественные организации поднялись на защиту издания. К стенам редакции не допустили милицию. Это один из немногих случаев, когда общественность, активные граждане решили спасти любимую газету. Немногих — потому, что сама пресса не помогает людям осознать свою силу, свои права, свои возможности влиять на ход социально значимых событий. К сожалению, СМИ далеки от общегражданских интересов. Не видят здесь столь вожаемой сенсации.

Как же выстроить треугольник «власть — общество — пресса», чтобы все его составляющие взаимодействовали? Уверен, если бы действия властей стали прозрачнее, не было бы скрытых от народного глаза решений, завуалированных статей бюджета, ушло бы и недоверие общества. Группа экспертов разработала «Закон о доступе к информации»: изучила аналогичные документы множества стран и предлагала парламенту этот проект. Но всякий раз Думе не хватало времени его обсудить. На одном из обсуждений прозвучала фраза: «Такой закон сделает невыносимой жизнь для власти». И лежит наш проект без движения четвертый год.

Социологические исследования нашего фонда показывают, что многие руководители до конца не понимают роли прессы в жизни общества. Миссия печати — не потакать власти, а ее контролировать, — как правило, вообще администрацией на всех уровнях не воспринимается. Один губернатор, например, заявил: «Пресса — это наши руки!» С такими представлениями трудно убедить чиновника, что печать не может по определению являться каким-либо подразделением административных органов.

Думаю, в строительстве «треугольника» именно власть должна сделать первый шаг к взаимопониманию и согласию. И реальнее всего

начинать возводить этот мостик социального сотрудничества на уровне местного самоуправления.

Между тем власти на местах, непрерывно занятые неотложными, текущими делами, видимо, не в состоянии оторваться от сложившихся стереотипов, без шор взглянуть на процессы, происходящие в обществе и на его информационном поле, не говоря уже о том, чтобы наладить разумное сотрудничество со СМИ. Так и существуют: пресса — сама по себе, а власть и общество — сами по себе. Более того, власть успешно расправляется отдельно и с прессой, и с обществом.

Есть и еще одна сторона проблемы. Воюющие друг с другом финансовые, политические группы разделяют общество на «своих» и «чужих», а их противостояния зеркально отражаются на газетных страницах. Журналисты вынуждены ориентироваться не столько на потребности населения, сколько на интересы различных элит, которые стремятся использовать печатное слово в своих политических, пиаровских целях. А пресса, лишенная экономической самостоятельности, работает на тех, кто им платит.

Главный вывод из всего сказанного таков: старая модель подчинения и противостояния в триаде «власть — общество — пресса» должна уходить в прошлое. В нормальном консолидированном обществе именно этот «треугольник» работает на основе разумного сотрудничества. Без формирования новой идеологии социального партнерства власти, общества и СМИ мы будем и впредь существовать в мире всеобщего недоверия, подозрительности и беззакония — в этой душной и вязкой, но уже ставшей привычной для нас среде. Выход из нее может быть мучительным и растянуться на годы. Но мы должны совершить этот прорыв, иначе пресса обречена на прозябание и окажется в малопривлекательных ролях подхалима, брюзги или скандалиста. И даже самые ее благие намерения будут выглядеть как в «комнате смеха».

Записала
Эвника СВЕТЛАНОВА,
наш парламентский
корреспондент