

КОМУ ВЫГОДНО ЗАСТАВИТЬ ЖУРНАЛИСТОВ МОЛЧАТЬ?

А. МИРОШНИЧЕНКО,
"Город N" (Ростов-на-Дону)

Добровольный отказ от независимости

Я работаю в еженедельнике "Город N" и одновременно являюсь депутатом городской Думы. Полагаю, что я, скорее, представитель журналистского корпуса в депутатском, нежели наоборот. В своем сообщении я хочу сделать акценты на том, как происходила в нашем регионе идеологическая монополизация прессы в процессе выборов, и как происходил добровольный отказ от независимости.

Во время думской кампании 1999 года в Ростовской области впервые пришли извне большие политические деньги. До этого как-то справлялись своими ресурсами. Характеризуя политическую ситуацию в регионе, следует сказать о том, что областные власти изначально поддерживали "Отечество", но потом, когда увидели, что ситуация изменилась, то не стали препятствовать кремлевским инициативам. Таким образом, они больше не могли продвигать "Отечество", поскольку это уже было бесперспективно, но и не могли препятствовать продвижению "Единства", поскольку это была инициатива Кремля. Сложилась ситуация, когда власть не пыталась воздействовать на прессу и, соответственно, это была чистая ситуация воздействия пиарщиков на прессу, поскольку пресса, не получая никаких команд со стороны властей, оказалась как брошенный ребенок в чужом городе, не знала, за кого быть – за "Отечество" или за "Единство".

Надо сказать, что пиарщики в этой ситуации сработали хорошо. Естественно, в региональных средствах массовой информации публикация заказных материалов встречалась и раньше. Но раньше считалось приличным этого стыдиться, стесняться. После осени 1999 года все остатки невинности, в общем-то, были утрачены.

Первое, что обращало на себя внимание, это невысокий уровень журналистской притязательности. В принципе, в дело шло все, и качество журналистики было не очень высоким. Важно было гнать план по валу, то есть сообщать про "Единство" все–все–все, и надо было завалить прессу сообщениями о "Единстве" самого разного характера. Можно сказать, что использовался такой рецепт: "Создавай информационный фон любыми средствами в больших объемах. Если волна как следует накроет обывателя, то он просто не успеет почувствовать вкус воды".

В местных газетах примерно с октября появились материалы (они не были помечены как рекламные) двух типов. В одних материалах оценивалась политическая составляющая "Единства" – для чего нужен новый губернаторский блок, как тогда его называли, естественно, рассматривался вопрос не оппозиции "Отечеству", а оппозиции столице, то есть это был вариант децентрализации столичности, децентрализации политической власти – это подавалось под таким соусом. Делались попытки инспирации политического прогноза, политического анализа, где, естественно, "Единство" подавалось в выгодном свете.

Материалы другого типа были, если можно так выразиться, с "человечинкой": в них рассказывалось о главных героях "Единства" – о борце с чрезвычайными ситуациями, о борце с преступностью и просто о борце. Причем в ход тоже шло все, вплоть до рассказа соседей о Шойгу. Была интересная находка – рассказы о местных спасателях, я знаю, что это практиковалось во многих регионах. В каждом регионе есть управление,

оно как-то называется, и будни этих чрезвычайных региональных спасателей неожиданно оказались в центре внимания. В принципе, это оправдано, потому что МЧС довольно ньюсмейкерская структура – всегда есть что сказать. Если у нас ничего не случается, то, может быть, что-нибудь случилось в Турции, и наши спасатели полетят туда, и есть повод о них рассказать. Все это, естественно, шло на фоне мощного телевизионного сопровождения, которое, конечно, подогревало интерес, и создавался второй фон – чеченский кризис, – это довольно близко от Ростовской области.

Третий фрагмент создания ситуации – это известные взрывы. Один из взрывов произошел в Волгодонске, это Ростовская область, достаточно близко, и люди, конечно, очень остро это переживали.

Таким образом создавалась ситуация ощущения "чрезвычайки". Естественно, нужен был спасатель, и спасателем логично оказывался Шойгу. Создавалось одновременно и ожидание героя, и предлагалась фигура героя. Все это, безусловно, имело эффект. Маленький пример: на заседании Думы по итогам года администрация представляла отчет, где разным видам деятельности администрации посвящаются разделы. Так вот, здравоохранению в этом отчете было посвящено полторы страницы, борьбе с преступностью – две страницы (это традиционные разделы), а мероприятиям по ликвидации чрезвычайных ситуаций было посвящено две с половиной страницы, то есть это, в принципе, стало главным направлением в деятельности администрации.

Еще раз обращаю ваше внимание на то, что местная власть не инспирировала вал этих "промедвежьих" публикаций, она колебалась до последнего момента. Власть приняла решение поддержать Кремль за несколько недель до голосования, и тогда уже началась масштабная административная кампания. Но сколько может дать административный ресурс? Сами чиновники оценивают, – есть такие комментарии – что непосредственное влияние чиновника на процедуру голосования дает от 3 до 5 процентов. Таким образом, в том, что "Единство" получило в Ростовской области 31% голосов (а это выше, чем по стране, и больше, чем у коммунистов в Ростовской области), есть заслуга не только административных средств, но и той кампании, которая была развернута на местном уровне, фоном для которой были события, происходящие на федеральном уровне, то есть на центральных телеканалах.

Таким образом, у людей, которые продвигали "Единство", все получилось. Эксперимент оказался удачным. Демократия оказалась управляема, причем управляема неадминистративными способами. Просто одно политическое послание было раздуть до невероятных размеров, и оно заслонило все остальные.

Президентская кампания на Дону имела свою особенность. Официальным девизом местного путинского штаба был девиз "Не навреди исполняющему обязанности". Что имелось в виду? Здраво полагали, – я думаю, что это была центральная директива, – что исполняющий обязанности самодостаточен, центр имиджевых инициатив в Москве, а важно оградить регионы от перегибов, чтобы не порасшибали лбы в энтузиазме, поэтому строго-настрого сказали:

"Никаких кампаний не проводить, никаких публичных акций не предпринимать". Денежек дали очень мало – региональному штабу Ростовской области из фонда кандидата причиталось 210 тысяч рублей. Когда об этом было сообщено журналистам, они, конечно, приуныли. Таким образом, административный ресурс, как ни странно, опять-таки оказался практически выключенным из кампании.

Один штрих к этой особенности региональной путинской кампании. Одна американка, международная наблюдательница, рассказывала с удивлением: она спросила у функционера путинского регионального штаба: "Какие перед вами поставлены задачи?"

И он ей сказал: "Наша задача – не допустить нарушений на выборах". Она удивлялась: "Я до этого думала, что задача предвыборного штаба кандидата – проводить предвыборную кампанию, агитировать и так далее?!" Здесь акцент был сделан на то, чтобы не допустить нарушений на выборах.

Такими были исходные условия для президентской кампании на Дону – надо было и не навредить, и показать Кремлю мудрость донского избирателя. "Мудрость" – это было такое кодовое слово. Если выступал важный чиновник и говорил, что "я верю в мудрость жителей нашего Донского края", то это переводилось как "голосуй за Путина". Не навредить и победить, победить и не навредить. В какой-то момент казалось, что чиновничьи элиты были обескуражены этим запретом и откатились по уровню своего влияния к 1992 году, когда старая партия власти не могла действовать – старых способов она или лишилась, или стеснялась, а новых не наработала. Я даже подумал, что если я в этот период напишу все, что угодно, то меня недели две нетронут. Никто, кстати говоря, этого не заметил и не воспользовался, но максимально допустимый размах свободы слова был именно в эти две недели. Действительно, чиновники не могли сделать ничего, что могло хотя бы как-то дать повод заподозрить их в нарушениях. Если раньше это контролировалось со стороны соперников – коммунистов, которые вопили, судились, было много судебных процессов (но доказать они ничего не смогли), то теперь это контролировалось не соперниками, а Кремлем, начальством, что, конечно, гораздо страшнее, чем соперники.

Очень остро стоял вопрос явки на избирательные участки. По моим данным, были произведены некоторые подсчеты, которые показывали некую зависимость показателей голосования за Путина от показателей явки. Эти данные были расписаны по регионам, в Ростовскую область пришел сверху спущенный норматив, плановое задание на 67% явки, при котором уровень голосования за Путина обеспечивался выше половины: с таким запасом, чтобы покрыть какие-то регионы, где явка была ниже, где голосование за Путина было ниже. Такой норматив – 67% явки – был доведен на руководителей разных рангов. И тут получается такая странная ситуация, даже не знаю, согласовано это было или нет, но когда избирком агитировал за явку, он тоже лил воду на мельницу Путина, потому что понятно, что коммунисты всегда заинтересованы в более низкой явке, их электорат дисциплинированный и всегда приходит.

Главной задачей штабистов Путина в таких условиях, в которых они оказались, было придумать что-то новое. Старыми методами пользоваться нельзя, их все знают, разоблачат – будет шум, и из Кремля потом скажут, что вы навредили исполняющему обязанности. И в этом смысле я не согласен с теми, кто говорит, что эта кампания была централизована, и региональный уровень выпал из технологической цепочки, что он не продуцировал технологии. Нет, очень даже хорошо продуцировали, просто это были технологии нового порядка, это были, я бы сказал, высокие технологии, это были "ноу-хау", инновации, это были тонкие технологии, может быть, поэтому они не были заметны. К чести этих бюрократических политтехнологов надо сказать, что они, в общем-то говоря, справились. То есть "джинса" шла как обычно, но и было придумано что-то новое.

Для того, чтобы увеличить объем общественной поддержки Путина, и сделать это так, чтобы не торчали уши, в редакцию ползли факсы от совершенно разных, доселе неведомых общественных организаций, в которых сообщалось: "Организация такая-то провела координационный совет, обсудила положение в стране и в мире и приняла решение поддержать Путина". Причем это были совершенно мертвые организации, про которые даже я, политический обозреватель, никогда и не слышал. Это были студенты, это были казаки, это было "Региональное Отечество", многодетные матери. Шахтеры находили в Путине шахтерское, профсоюзы – профсоюзное, и этот вал факсов нарастал. Одних предпринимательских ассоциаций набралось штук пять. Причем, что

раньше вообще не наблюдалось за этими ассоциациями, многие из них изъявляли желание платить за публикацию этих сообщений о своем координационном совете, хотя раньше, я повторяю, их вообще нельзя было заподозрить в том, что они платежеспособные.

В официальной прессе, конечно, пошел вал коллективных писем в поддержку Путина, это тоже такая примета времени. Апофеоз был, когда в одной официальной газете было опубликовано письмо за подписью: "Администрация и учителя коннозаводской средней школы номер девять зерноградского района". Мне ничего не известно о том, чтобы когда-нибудь раньше администрация и учителя коннозаводской средней школы публиковали в прессе сообщения о своих решениях.

Сказать, что это было давление власти на прессу, на общественные организации, нельзя. Я сам присутствовал на нескольких мероприятиях, где, скажем так, проходило собеседование с этими общественными организациями. Авторитетные люди – это были доверенные лица исполняющего обязанности либо представители штаба (и там, и там работают уважаемые в городе и области люди, имеющие вес не только по должности, но и по своему общественному статусу) – говорили: "Вот, смотрите, это исполняющий обязанности, у него такие-то воззрения", люди задавали вопросы, получали, как правило, ответы, и им говорили: "Вы, пожалуйста, посоветуйтесь с членами своей организации, примите решение, стоит ли поддерживать. Если вы примите решение, то, конечно, было бы разумно, чтобы вы оповестили об этом общественность через прессу".

И, естественно, все эти организации принимали такое решение. Не потому, что власть давила на них, а потому, что они угадывали желания власти. Многие приходили сами. В терминологии Путина они были "инициативниками". Это и была та социальная база, на которую опирался исполняющий обязанности. Движение "Единство" составляет маленькую часть другого общенационального движения – российского общенародного движения инициативников. Его можно зарегистрировать и назвать "РОДИ". Это люди, которые действительно просто работали на опережение, угадывая желания властей.

Таким образом, довольно сложно усмотреть какие-либо нарушения закона во всех этих трюках. Письмо, которое публикуют в прессе, не содержит призывов. Просто организация уведомляет общественность о том, что эта организация считает Путина достойным человеком, и решила поддержать его. Здесь нет агитации, поэтому проблем с законом не возникает. С другой стороны, агитационный потенциал этого письма сомнений не вызывает, потому что народное творчество многогранно, каждая организация понимала, что надо подойти к этому по-душевному, надо мотивировать свое решение, а не просто формально отчитаться. Таким образом, были включены мощные механизмы народного мифотворчества. Это был такой большой конкурс сочинений на тему: "Мой Путин".

Надо отметить, что и в прессе эти материалы не шли подборками, а публиковались вразброс, то есть все было довольно тонко и заметно только при придирчивом контент-анализе. А наблюдателю не критическому это все, конечно, было незаметно.

Еще одна маленькая деталь: было очень много нарушений со стороны коммунистов. Штаб Путина был поставлен в такие условия, когда ему нельзя было что-либо нарушать, а коммунисты издавали свои малотиражки большими тиражами (100 тысяч, 80 тысяч), где шла агитация за Зюганова. Эти материалы оплачивались частными лицами. Все нарушения были обобщены и поданы в Центральную избирательную комиссию, но, как ни странно, реакции оттуда не пришло. И даже некоторые наблюдатели удивлялись, что Явлинского мучают за три телевизора, а тут у коммунистов нарыли нарушений на 73 тысячи, и никакой реакции не поступало. Как я

подозреваю, – это мое субъективное мнение – Зюганов был очень нужен, его нельзя было снимать, а он сам, зная, что он очень нужен, веселился вовсю.

Итак, анализируя роль прессы, можно сделать следующие выводы. Первое. На думских и следом на президентских выборах произошла идеологическая монополизация прессы. Образно говоря, содержательное единомыслие в местных (и не только в местных) СМИ значительно превысило те допустимые антимонопольным законодательством 70%. Известно, что на всяком рынке есть ограничения, один субъект может владеть 70% рынка. В данном случае я думаю, что один субъект владел рынком мнений больше, чем на 70%. Монополизм выражался в точке зрения одной стороны политического процесса, которая в результате политического соревнования и выиграла.

Второй вывод. Взаимоотношения местной власти с прессой, по крайней мере, в Ростовской области, достигли такого уровня виртуозности, что пожаловаться на попрание свободы слова я не могу. Сказать, что было какое-то административное давление, я тоже не могу. Тут я должен отдать дань уважения мудрости наших местных руководителей. В Ростовской области практически нет журналистов, которые бы могли пожаловаться, что их преследуют по политическим либо каким-то иным мотивам, исключая какие-то случаи личного характера. Все это позволяет сохранить в регионе видимые демократические приличия, при том, что демократическая культура за всем этим отсутствует абсолютно. Таким образом, я думаю, что Ростовская область в этом плане, может быть, даже как-то выгодно отличается от других регионов – наверняка там административное давление было реально ярко выраженным. Здесь – нет, здесь общество само стало тяготеть к тому, чтобы слиться с государством на его условиях. И государству уже не понадобилось карательных санкций для того, чтобы как-то регулировать общество.

Таким образом, складывается ситуация, когда свобода слова извращается не административным давлением, а такими обстоятельствами, которые побуждают журналистов и редакторов добровольно угадывать желания властей и самим вводить цензуру.

Все сказанное выше означает, что общественным организациям необходимо прилагать максимум усилий для того, чтобы демонополизировать рынок средств массовой информации, в том числе искусственными мерами. Например, развивать оппозиционную прессу. Понятно же, что если будет какой-то выбор, разнообразие источников, то будет меньше возможности для оболванивания людей. Я бы сказал так: умножая количество тех, кто хочет тебя обмануть, ты получаешь шанс узнать правду. А то, что захотят обмануть – это очевидно.

И еще. На мой взгляд, необходимо так пересмотреть механизм государственной поддержки средств массовой информации, чтобы это была государственная поддержка, а не поддержка органов власти. Это две большие разницы. Что это может быть?

Во-первых, отказ от учредительства или соучредительства органов власти в местных средствах массовой информации, да и вообще во всех средствах массовой информации. (Если у них есть необходимость информировать общество через прессу, то можно разрешить им учреждать информационные бюллетени. В Ростове есть такой информационный бюллетень, это необщественно-политическое средство массовой информации. И, во-вторых, есть такой цивилизованный способ, как пресс-службы. Пусть органы власти научатся интересно рассказывать о своей деятельности, а пресса будет о них писать.)

Во–вторых, изменение механизма дотирования средств массовой информации таким образом, чтобы органы власти не могли влиять на этот процесс. (А еще лучше исключить дотации, потому что рыночные издания платят в бюджет, а из бюджета дотируются их конкуренты. То есть я как независимое издание дотирую не только своих конкурентов, но я еще, по сути дела, дотирую единомыслие, от которого я же страдаю как гражданин.)

Налоговые льготы должны в равной степени распространяться на всех. Возможны и другие меры.