"ПРАВО ЗНАТЬ: история, теория, практика"
N 3–4 (51–52) март–апрель 2001 г.

КОШМАР ИСКАЖЕННОГО ПРОСТРАНСТВА

Я снова ухожу из газеты. Собираю свои блокноты. Переписываю на дискету все свои предыдущие наброски по проблемным темам. Здесь они уже никому не нужны. Мэрия как соучредитель, даже не спросив второго учредителя – Гордуму, решила поставить нового редактора – послушного и сговорчивого, который уже с первых выпусков успел прогнуться.

Перебираю в голове: все ли постарался сделать для предотвращения такого исхода – да вроде, все. Депутаты теперь в курсе, кто, как и почему так сделал, многие из них слишком зависимы от мэрии и не хотели бы, только что получив теплые места, уже портить отношения с теми, кто еще им пригодится. "Защитники интересов горожан" даже не оскорбились, когда им явно показали, что их мнение ничего не значит.

В редакции пустынно, пусто и холодно, как в доме покойника, хотя все наши еще пока здесь. Сквозняк шелестит уже никому не нужными рукописями. Нет ни хохота, ни бурных обсуждений. Все говорят вполголоса, даже по телефону – в поисках нового места работы. Никто не хочет оставаться с "этим", даже те, кому были обещаны повышенные оклады. Особенно после заявлений о том, что наши материалы на темы культуры "не вписываются в его концепцию, а вот полоса криминала необходима"... Особенно после указаний "вот это надо убрать, а это фото нельзя ставить, потому что так хочет заместитель мэра...".

И никто не защитит. Ни губернатор, ни Президент. Не нас – газету и ее читателей, горожан. Их–то никто не спросил. А их представители промолчали, виновато опустив головы.

Произошло обычное для сегодняшней России явление: после выборов новая команда нового мэра строит городскую газету под себя, и после ухода на повышение прежнего главреда назначает новым главным редактором официальной городской газеты человека со стороны, из частной рекламно–издательской группы, помогавшей своими публикациями новому мэру занять этот пост. Владелец рекламно–издательской группы доволен – из официальной городской газеты он делает чисто коммерческий (для себя) проект, дотация, как он считает, теперь пойдет через него, обеспечивая ему новые доходы.

Коллектив, который всегда стремился к объективности и отражению интересов горожан, не жалко, пусть уходит – все равно он не вписывается в новую концепцию. Предыдущий заместитель мэра требовал, топая ногами, уволить из нашей редакции пару человек из наиболее несговорчивых. Теперь, похоже, задача решится сама по себе.

Тенденция, однако... Практически во всех регионах новая власть начинает работу с установления полного контроля над СМИ. За переделом власти теперь по традиции следует передел сфер влияния на общественное сознание. С точки зрения нечистой политики это объяснимо: надо заранее подготовить инструмент для предстоящей через четыре года (а может, и раньше) важнейшей операции по новым выборам и обеспечить надежное прикрытие всех своих непопулярных и даже незаконных действий в настоящее время. С точки зрения общества – тенденция разрушительная.

Грустно, что есть редакторы и журналисты, которые, посмеиваясь за рюмочкой насчет "древнейшей профессии", считают происходящее нормой, приводя для самоуспокоения софистический аргумент: "Кто платит – тот и заказывает музыку". Никто не хочет даже

вспоминать о том, что Законом "О СМИ" опровергается этот "постулат". Уже никто даже не хочет помнить о главном предназначении средства массовой информации. Все, к сожалению, воспринимают прессу только в одном ключе – как инструмент влияния.

О частных СМИ – отдельный разговор. Я вообще противник того, чтобы средства массовой информации учреждались органами власти. В крайнем случае, можно было б позволить делать это только представительным органам – там хоть не будет одностороннего давления в силу разнообразия интересов и взглядов различных депутатских групп. Сегодня же большинство дотируемых государственных и муниципальных СМИ учреждено исполнительными органами, проводящими жесткую одностороннюю политику в частных интересах "головы", либо, в лучшем случае – в корпоративных интересах его команды. И если уж говорить о тех, кто платит, то в этих дотируемых СМИ платит население, а вот "музыку заказывает" один человек – глава исполнительной власти.

И на средства налогоплательщиков им же, доверчивым. "навешивается на уши лапша".

В итоге страна буквально пропитана ложью. Все – от конкретных предпринимателей и политиков до губернаторов и партий – стараются в личных или корпоративных интересах манипулировать общественным сознанием. Зачем прессу назвали четвертой властью?! У нее иное предназначение. У судьи или прокурора тоже есть возможности для политического манипулирования, но после этого они становятся преступниками. Отчего же прессе это можно? Журналисты как–то с радостью поверили в подброшенный им тезис. А если б не приняли его, то их бы политики убедили, что надо его принять. Политикам это выгодно. Да и газетчики с телевизионщиками быстро смекнули, что гибрид Четвертой власти с Первой древнейшей приносит хорошие доходы.

После кризиса августа 1998 года, когда цена на газетную бумагу за один месяц увеличилась почти в 5 раз, а уровни рекламы и покупательной способности населения упали, те газеты, что прежде были независимыми, если не прекратили свое существование, были вынуждены продаться крупным предпринимателям или отдаться властям. И то и другое в условиях России – плохо. Власть в России издавна коррумпирована и в средстве массовой информации видит лишь рычаг для манипулирования общественным сознанием. Предприниматели же давно поняли, что после кризиса 1998 г. в России чистый газетный бизнес выгодным быть не может, зато выгодно использовать СМИ для политического и экономического манипулирования. И даже шантажа. Особенно ярко это проявляется в периоды выборов, когда хозяева газет получают за грамотный PR баснословные суммы. Собственно, выборы и становятся главным источником дохода, причем – перманентного, поскольку любой политик, попавший во власть, понимает, что его следующая выборная кампания начинается с первого дня избрания, и пока есть административный ресурс, надо успеть его использовать на полную катушку. А потому учредители СМИ – и власти, и бизнесмены – ведут себя совершенно одинаково, установив жесткий контроль за всем, что публикуется, и эта цензура оказалась нисколько не меньше, чем та, что была при КПСС.

Недавно на журналистской тусовке спросил у знакомого главного редактора и хозяина газеты из другого региона: как, мол, выживаешь (его газету, кстати, часто приводят в пример как экономически устойчивую)? Да все, говорит, нормально. Вот, мол, только что такого–то в мэры провел. Сделал ему кампанию по высшему классу. Большую денежку заработал. Дом теперь строю.

– Хороший человек этот мэр?

– Да нет, редкий подлец, но больно уж хорошо платит.

– И что, он все платежи за рекламу официально провел?

– Я же говорю, что он подлец, а не дурак.

Комментарии излишни.

Правду сегодня не пишет никто. Как и в советские времена, писать объективно невыгодно. А порой – и опасно.

Когда–то мы думали, что частные газеты станут независимыми. Но обнаружилась совсем иная тенденция. Она не только в том, что владельцы научились зарабатывать на лжи, на черном пиаре. Модным становится новое направление, когда владельцы СМИ пытаются срастись с властью и качать дополнительные деньги из бюджета, за что, конечно, готовы профессионально и по полной программе отрабатывать на интересы власти. Наш случай – один из таких вариантов. Попытки прибрать к государственным рукам НТВ через частного подконтрольного инвестора – из той же оперы, только с вариациями.

Когда–то к нам устраивался из бульварной газеты довольно способный журналист, умеющий писать образно, хлестко и красиво. Первое, что он спросил, получая задание:

– А как надо написать?

– После того, как разберешься, напишешь все как есть.

– Ты не понял. Я спрашиваю, в чью пользу надо написать. Я же еще не знаю, кто на кого играет, на чей заказ работаем.

– Это ты не понял. У нас таких вопросов не задают. Разберись досконально и напиши объективно. И забудь навсегда слово "заказ". Если не забудешь, мы расстанемся.

В конце концов, мы расстались.

Мне стыдно за наш российский журналистский корпус. Не желая лишаться работы и заработка, зная, что закон, обеспечивающий право журналиста говорить свободно, никогда не защитит, поскольку не обеспечен соответствующей правовой базой... понимая все это, они вынуждены отрабатывать желания хозяев. Стыдно, что все мы занимаемся обманом читателя. Пусть – понемногу, пусть не всегда. Но в сумме – это грандиозный обман. Читатель живет в какой–то нереальной стране, раскрашенной желтыми и черными красками информационных манипуляторов, совершает ошибочные действия в ответ на навязанные ложные виртуальные образы, выбирает нереальных виртуальных глав... Информация и комментарии, интервью и очерки... Это все, как говорит Жванецкий, – для внутреннего употребления. Но если испорченную колбасу можно выбросить, дырявый ботинок не покупать, то с отравленным информационным продуктом сложнее – мы не замечаем отравления, он, как радиация, незаметен, проникает в нас и остается там навсегда, отравляя мозг или приводя сознание к безвозвратным мутациям.

На вопрос, как обычному гражданину не потеряться окончательно в таком искаженном информационном пространстве, профессор журналистики ответил: "Читать разные газеты и сравнивать". Увы, этот метод лечения невозможен. Обычный провинциальный гражданин читает, как правило, в лучшем случае одну газету. Вывод печален: скажи мне, что ты читаешь,– и я скажу тебе, за кого ты будешь голосовать.

Человеку нужны СМИ, чтобы ориентироваться в сложном окружающем мире, исходя из этого правильно управлять собой и другими. Но бессмысленно надеяться, что самолет придет к желаемой цели, если приборы дают вам ложную информацию.

Я мечтаю о времени, когда этот кошмар искаженного пространства прекратится. Но прежде производство качественных и объективных СМИ должно стать выгодным бизнесом, что почти невозможно в сегодняшних условиях. Потом должен стать невыгодным обман, а черный пиар и участие СМИ в предвыборных технологиях – считаться позором, в результате чего рейтинги и тиражи СМИ будут падать. Потом СМИ будут считать за честь раскрытие черных предвыборных технологий и попыток манипулирования общественным сознанием.

В своем первом номере новый главред дал огромный заголовок: "Новая власть – новая газета". Он аж пищит от радости и желания услужить. Настоящая газета не может меняться вместе с властью, иначе она просто – предвыборная листовка. Это все равно, что "Новая власть – новые методы лечения зубов", или "Новая власть – новая погода".

Именно поэтому мы уходим. Мы не хотим участвовать в процессе приготовления отравы. И именно поэтому газета будет "новой" – под стать новому мэру.

Нажимаю "Del" – и компьютер, удивленно переспросив, нужно ли делать безвозвратный шаг, начинает, потрескивая винчестером, уничтожать все, что было связано с этой газетой. Она умирает на моих глазах. Она уже умерла. Вбегает наш внештатный политподозреватель Серега–"бабочка":

– Ты куда?

– Еще не знаю... Впрочем, скажу: на волю – с чистой совестью.

Сергей ТИТОВ,
бывший заместитель редактора газеты "Ульяновск сегодня", ныне – свободный журналист