

Автономная некоммерческая организация
ЦЕНТР ПРИКЛАДНОЙ ЭТИКИ: XXI ВЕК

ТЕТРАДИ *ТУМАНИТАРНОЙ*
ЭКСПЕРТИЗЫ (2)

МЕДИА ЭТОС:
ценности и “правила игры”
регионального сообщества журналистов.
Попытка понимания
(Материалы семинара)

Ответственный редактор В.И.Бакштановский

Тюмень - 1999

“Тетради гуманитарной экспертизы” - продолжающееся издание автономной некоммерческой организации “Центр прикладной этики: XXI век”. Цель издания - публикация материалов гуманитарной экспертизы и консультирования ситуаций становления нового этоса (“духа” и “правил игры”) в современной России: этоса политического, делового, регионального этоса, медиа-этоса, этоса образовательной деятельности и т.п. Возможные виды и формы публикуемых материалов: результаты экспертных опросов, практикумов, деловых игр; аналитические тексты и т.д.

Редакционный совет:
Г.С.Батыгин, Ю.В.Казаков, А.Ю.Согомонов, Ю.В.Согомонов

Ответственный редактор
В.И. Бакштановский

ТЕТРАДИ ГУМАНИТАРНОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ (2). Медиа этос: ценности и “правила игры” регионального сообщества журналистов. Попытка понимания. (Материалы семинара). / Отв. ред. В.И.Бакштановский. - Тюмень: Центр прикладной этики: XXI век, 1999. - 95с.

Проект «Медиа этос: ценности и “правила игры” регионального сообщества журналистов в координатах гражданского общества» реализуется при поддержке Института “Открытое общество”, Союза журналистов Тюменской области, департамента информации и региональной политики администрации Тюменской области, администрации города Тюмени, ГТРК “Регион-Тюмень”, газеты “Тюменский курьер”.

Редактор выпуска И.А. Иванова. Оригинал-макет И.В. Бакштановской. Научно-организационная работа М.В. Богдановой. В подготовке выпуска принимала участие А.П.Тюменцева.

Подписано в печать 15.07.99. Формат: 60x84/8. Гарнитура Arial Cyr. Усл.печ.л. 6.
Тираж 250 экз. Отпечатано с готового макета в типографии издательства “Вектор-Бук”.

Адрес редакции:
РФ, 625002, Тюмень, ул.Немцова, 39-83, тел./факс (3452) 24-02-26

© Центр прикладной этики: XXI век. 1999.

СОДЕРЖАНИЕ

Не плакать, не смеяться, но понимать (<i>предисловие редактора</i>)	5
<i>В.И.Бакштановский (директор АНКО ЦПЭ: XXI век)</i>	
“...Понять - не обязательно простить, но уж точно - не впасть в отчаяние и уныние, с одной стороны, не прозевать реальные проблемы - с другой” (<i>вступительное слово ведущего</i>)	7
<i>С.М.Киричук (глава города Тюмени)</i>	
“...И тогда у вас все получится” (<i>приветствие участникам семинара</i>)	8
Часть 1. Вектор изменений моральной ситуации в современной журналистике: “катастрофа”? “кризис”? рождение нового?	
<i>Л.С.Березин (Институт прикладной политологии ТГУ)</i>	
«...Поменьше романтики, побольше эмпирики, господа. Можете считать это “моральным кодексом” журналистики»	10
Обсуждение сообщения: В.И.Бакштановский, Р.С.Гольдберг (“Тюменский курьер”), Ю.В.Казаков (эксперт Фонда защиты гласности), Е.Шаров (студент отделения журналистики ТГУ), С.А.Фатеев (телекомпания “Ладья”)	
<i>В.А.Кабакова (“Тюменский курьер”)</i>	
«...Отряд “плохих” стал пополняться лет пять назад за счет “хороших” и новых журналистов»	13
Обсуждение сообщения: В.И.Бакштановский, Е.О.Кох (“Тюменский курьер”), Е.Шаров, С.В.Суразаков (“Наше время”), Р.С.Гольдберг, Н.Самойлик (“Тюменский курьер”).	
<i>А.Бучельникова (студентка отделения журналистики ТГУ)</i>	
“...Существует противоречие между желанием граждан получать полную информацию и, порой, невозможностью для СМИ удовлетворить эту потребность, одновременно не нарушая этические нормы”	16
Обсуждение сообщения: В.И.Бакштановский, В.Л.Строгальщиков (литератор), В.С.Горбачев (Государственное унитарное предприятие “Тюменское региональное информационное агентство”), Ю.В.Казаков, Е.О.Кох.	
<i>Ю.В.Коваленко (пресс-секретарь главы города Тюмени)</i>	
“...Учись падать и держаться ни на чем, как звезды”	19
Обсуждение сообщения: С.В.Суразаков, Р.С.Гольдберг, Е.В.Плетнева (“Тюменская правда”), Ю.В.Казаков, В.И.Лысов (“Тюменская правда”), И.Я.Гецевич (“Возрождение”), Н.Самойлик.	
<i>В.А.Егоров (“Тюменские ведомости”)</i>	
“...Не в Югославии нам надо быть миротворцами, а в России, в народе, в душах тех, кто нас смотрит, слушает и читает”	23
<i>А.Ю.Согомонов (Институт социологии РАН)</i>	
“...Общество ждет от журналистов религиозной призванности, даже известной святости в отношении их гражданской миссии”	24
Часть 2. Социальная функция журналиста: “зеркало”? “зеркальщик”? ...?	
<i>В.С.Горбачев (“Тюменское региональное информационное агентство”)</i>	
“...Именно в земных вещах сегодня и кроется вся проблема журналистской этики”	27
<i>Ю.И.Пахотин («АиФ» в Тюмени)</i>	
«...Пока зеркальце говорит “то, что нужно”, оно “отражает действительность”. Как только оно говорит что-то не то, его могут разбить»	29
Обсуждение сообщения: В.С.Горбачев, Е.Шаров, Ю.В.Казаков, Л.С.Березин, А.И.Иванов (районная газета “Ялуторовская жизнь”), С.В.Суразаков.	
<i>С.В.Суразаков (“Наше время”)</i>	
“...Для своего начальника я был партнером по бизнесу. Для оператора - уголовником, для своих зрителей - журналистом, а для себя - Сергеем Суразаковым”	32
Обсуждение сообщения: С.А.Фатеев, Ю.В.Казаков, В.А.Кабакова, Е.В.Горбачева («МК» в Тюмени»), Ю.И.Пахотин, В.А.Самойлик (Ямальское агентство “Север-пресс”), Л.В.Каравеева («МК» в Тюмени).	
<i>Е.О.Кох (“Тюменский курьер”)</i>	
“...Чтобы высказать мнение, с которым большинство читателей не согласится, нужно больше мужества, чем для того, чтобы спорить с властями”	36
Обсуждение сообщения: Ю.В.Коваленко, Ю.И.Пахотин, Е.Шаров, В.И.Бакштановский, Ю.В.Казаков.	

<i>Ю.В.Казаков (эксперт Фонда защиты гласности)</i>	
«...Порядочность - норма. А если ты ее не выполняешь, то автоматически становишься для коллег “нерукопожатным”»	39
<i>В.П.Зуйков (ИТАР-ТАСС)</i>	
“...И снова журналист не выполняет своей социальной функции - быть в постоянной оппозиции к власти”	40
<i>Н.В.Васькова (ГТРК “Регион-Тюмень”)</i>	
“...Журналисты - особый клан (не путать с клоном)”	41
Часть 3. Миссия региональных СМИ: применим ли единый масштаб гражданственности к журналистике в столице и в регионе?	
<i>Т.А.Топоркова (кафедра журналистики ТГУ)</i>	
”...Я хотела бы предложить другой миссионерский проект: окормлять студентов отделения журналистики”	42
Обсуждение сообщения: Р.С.Гольдберг, А.И.Иванов, Ю.И.Пахотин, Ю.В.Казаков, В.С.Горбачев, В.И.Бакштановский	
<i>А.И.Иванов (районная газета “Ялutorовская жизнь”)</i>	
“...По-настоящему войти в рынок - не поступаться собственными принципами, а занимаясь своим ремеслом, хорошо зарабатывать”	44
<i>В.А.Зайцев (ГТРК “Регион-Тюмень”)</i>	
“...Если бы не амбиции и потенции, то оно было бы и ничего. А куда же их прикажете девать молодому, растущему, малопродажному телевизионщику?”	45
<i>В.Н.Туркин (пресс-секретарь Тюменской городской Думы)</i>	
“...Для столичной прессы жизнь вне вершины Олимпа просто не существует. И самое худшее, что мы в регионе можем делать - заниматься подражательством”	46
<i>В.А.Богоделов (ЗАО «Радио “Гермес”»)</i>	
“...Мы не просто средство массовой информации, мы формируем стиль жизни”	48
<i>Е.А.Дроздинский (студия Тюменского регионального телевидения и радио)</i>	
“...Зарабатывать, продавая свой труд, - это одно. А продаваться - это когда человек душу продает - другое”	50
Часть 4. Мотивы активизации саморегулирования “цеха”: давление обстоятельств или добрая воля?	
<i>В.И.Лысов (“Тюменская правда”)</i>	
“...Опускаться вниз легко и просто, подниматься вверх - трудно и сложно”	52
<i>Р.С.Гольдберг (“Тюменский курьер”)</i>	
“...Привлекательные нравственные начала профессии”	53
Обсуждение сообщения: В.И.Бакштановский.	
<i>В.А.Рогачев (“Тюменский курьер”)</i>	
“...В моем личном канале массовой коммуникации есть фильтр - это проблема культуры как мотивация деятельности журналистского сообщества, как степень его, скажем условно, самоуправления”	55
<i>С.А.Фатеев (телекомпания “Ладья”)</i>	
“...Мы - сообщество и каждый в отдельности - существуем только потому, что востребованы”	56
<i>Ю.В.Казаков (эксперт Фонда защиты гласности)</i>	
“...И есть здесь функция побуждающая, которая подтягивает профессию к активному и эффективному саморазвитию”	57
<i>Заключительное слово ведущего</i>	59
“Экспертиза экспертизы”	
Оценка семинара его участниками (Что удалось на семинаре? Что не удалось?)	60
<i>М.В.Богданова, Р.С.Гольдберг, Е.В.Горбачева, В.С.Горбачев, Ю.В.Казаков, Е.О.Кох, В.И.Лысов, Ю.И.Пахотин, Т.А.Топоркова.</i>	
<i>Ю.В.Казаков (эксперт Фонда защиты гласности)</i>	
Медиа-этос и “гамбургский счет”. Размышления над материалами экспертного опроса	62
<i>В.И.Бакштановский, Ю.В.Согомонов (АНКО Центр прикладной этики: XXI век)</i>	
Медиа-этос как предмет гуманитарной экспертизы: первые выводы	75

НЕ ПЛАКАТЬ, НЕ СМЕЯТЬСЯ, НО ПОНИМАТЬ (предисловие редактора)

Общее и различное в названии двух выпусков “Тетрадей...” показывает преемственность цели семинара в отношении к цели экспертного опроса, материалы которого опубликованы в первом выпуске, а также особенность материалов заключительного этапа проекта, публикуемых во втором выпуске.

В названии этого выпуска “Тетрадей...” выделены слова “попытка понимания”. Попытка *понимания* ценностей и правил игры регионального сообщества журналистов - много это или мало для цели семинара? Перекликаясь с текстом моего вступительного слова на семинаре, скажу, что - на мой взгляд - совсем не мало. Во-первых, уже потому, что даже на уровне обыденных смыслов, без обращения к теоретическим положениям *герменевтики*, попытка *понимания* означает, как минимум, отказ от безудержного алармизма (катастрофизма) в диагнозе ситуации, от безальтернативного прогноза или прогноза, ограничивающегося лишь поверхностными альтернативами. Понять - не обязательно простить, но уж точно - не впасть в отчаяние и уныние, с одной стороны, не прозевать реальные элементы кризиса - с другой.

Во-вторых, *понять* в названии этого выпуска “Тетрадей...” означает, что задача семинара - не дать его участникам поддаться ни искушению “очевидности”, ни соблазну упрощения, ни непосредственному порыву уклонения от выбора.

Речь идет, например, об известных случаях оправдания уклонения от решения моральных проблем СМИ тем, что пресса сегодня борется за выживание, потому, якобы, ей не до морали. При этом даже не ставится вопрос о том, как быть с опасностью, связанной с таким уклонением: достигнув, наконец, искомого уровня благосостояния, сохранят ли СМИ отпавленные в анабиоз ценности и нормы?

Речь идет об уклонении, например, от выбора между напряженным поиском решения профессионально-этических проблем - и самоуспокоением, подкрепляемым априорной уверенностью в том, что нет и не должно быть никакой особой журналистской этики, а потому и нет необходимости в том, чтобы побуждать журналистов к нравственной рефлексии.

Избранные материалы семинара отражают содержательный алгоритм работы его участников - журналистов и редакторов тюменских СМИ, издателей, пресс-секретарей, представителей региональных и местных органов власти, экспертов правозащитных фондов и исследовательских институтов, студентов. В качестве материалов, проблематизирующих каждую из четырех тем семинара, использовались экспертные суждения участников предшествующего семинару экспертного опроса.

Первая тема -

Вектор изменений моральной ситуации в современной журналистике: “катастрофа”? “кризис”? рождение нового?

Спектр суждений участников экспертного опроса:

- * “Мораль и наши реальные корпоративные отношения - понятия несовместимые”.
- * “Можно говорить об этике торговца? Что ж, тогда давайте говорить и об этике торговли журналистом своим талантом”.
- * “Журналистика стала, как ни странно, честнее. Или циничнее - кто как хочет это понимать”.
- * “Влияние рынка на журналистскую этику зависит от самого журналиста. За деньги можно продаваться, а можно их просто зарабатывать”.
- * “Только тот, кто познал глубины падения, может познать свободный воздух горних высей”.

Вторая тема -

Социальная функция журналиста: “зеркало”? “зеркальщик”? ...?

Спектр суждений:

- * “Если общество продажно, то и журналисты не могут быть неподкупны”.
- * “Пресса - зеркало общества. Но не в том смысле, что этика прессы не может не быть выше этики общества”.

- * “Может быть, журналистика и зеркало жизни, но в это зеркало можно по-разному смотреть и разное видеть. И само зеркало (мы) может быть разным”.
- * “Если журналисты - зеркало общества, им надо попытаться реально увидеть и самих себя”.
- * “Я отражаю жизнь методом кинокамеры, такой, какая она есть”.
- * “Обыкновенным солнечным зайчиком ничего не сделаешь. СМИ, как выпуклое зеркало, собирают свет в пучок и направляет его в нужное место”.
- * “Журналист - не зеркало. Журналист - зеркальщик”.

Третья тема -

Миссия региональных СМИ: применим ли единый масштаб гражданственности к журналистике в столице и в регионе?

Спектр суждений:

- * «Чем отличается профессиональная миссия региональной журналистики от журналистики столичной? Мы не очень-то озабочены именно таким пафосным вопросом, как “исполнение миссии”».
- * «Услышав словосочетание “миссия журналистики”, многие коллеги начинают использовать ненормативную лексику или притворяются деревенским дурачком - “какая такая миссия?”».
- * «Готов услышать реплику о разнице в масштабах забот и ответственности: “в регионе за всю страну не думают, там горизонт поближе”. Но ведь я имею в виду не спасение страны, а спасение человеком собственной души».
- * “Для журналиста, живущего в Москве, и журналиста из провинции проблемы морали в принципе одни и те же”.
- * “Многие журналисты думают о своей гражданской миссии, но боятся говорить об этом с посторонними”.
- * “На чем заканчивается местный журналист, да и вообще журналист как журналист? На том, что отказывается высоко поднимать планку своей профессиональной ответственности”.

Четвертая тема -

Мотивы активизации саморегулирования “цеха”: давление обстоятельств или добрая воля?

Спектр суждений:

- * «Создание своего рода журналистской мафии - это тоже саморегуляция сообщества. Основой этой саморегуляции является устав, который можно назвать кодексом, кодексом нашей “семьи”».
- * «Профессиональный подход к делу у журналиста - это жить по правилам “второй древнейшей”, но, в то же время, постоянное желание из этих правил выскочить».
- * “Если бы саморегулирование было постоянной заботой журналистского сообщества, то сегодня не было бы поводов для таких регуляторов, которые пытаются создать политические силы”.
- * «Не имея “правил игры”, “оформленных” в “письменном виде”, мы все же ориентируемся на неписанные нормы, причем не столько для отчета перед начальством, сколько для самих себя».
- * “Журналист должен думать о саморегулировании не только в смысле защиты от давления государства, но и с точки зрения защиты общества от самого себя и своего сообщества”.
- * “Ты можешь попытаться уйти от ситуации морального выбора, ссылаясь на то, что жизнь так трудна, возможностей для маневра так мало. Но ты все равно решаешь именно моральную проблему”.
- * “Только очень не уверенная в себе редакция закажет себе этический аудит”.

Материалы, публикуемые в этом выпуске “Тетрадей...”, представлены тремя типами текстов: (1) фрагменты стенограммы семинара; (2) письменные тексты ряда докладчиков; (3) тексты заочных выступлений авторов, которым не удалось принять участие в семинаре. Заголовки текстов даны редактором.

Автономная некоммерческая организация “Центр прикладной этики: XXI век” благодарит участников семинара и организации, поддержавшие проект финансовыми, организационными, информационными ресурсами или просто моральным участием.

МАТЕРИАЛЫ СЕМИНАРА

Вступительное слово ведущего Приветствие главы города

В.И.Бакштановский

***“...ПОНЯТЬ - НЕ ОБЯЗАТЕЛЬНО ПРОСТИТЬ,
НО УЖ ТОЧНО - НЕ ВПАСТЬ В ОТЧАЯНИЕ И УНЫНИЕ, С ОДНОЙ СТОРОНЫ,
НЕ ПРОЗЕВАТЬ РЕАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ - С ДРУГОЙ”***

Открывая семинар, его ведущий В.И. Бакштановский в своем **вступительном слове** выразил признательность всем, кто помог семинару и проекту в целом состояться. Семинар «Ценности и “правила игры” регионального сообщества журналистов: попытка понимания» организовал автономный некоммерческий “Центр прикладной этики: XXI век” при финансовой поддержке Института “Открытое общество”, организационной поддержке Союза журналистов Тюменской области, департамента информации и региональной политики администрации Тюменской области, администрации города Тюмени; информационной поддержке ГТРК “Регион-Тюмень”, газеты “Тюменский курьер”.

Цель семинара - смоделировать экспертную систему, способную критически осознать современный конфликт практикуемых “цехом” ценностей с ценностями гражданского общества; зафиксировать потенциал “духа” и “правил игры” регионального журналистского сообщества постсоветской эпохи с точки зрения задач его саморегулирования; стимулировать нравственную рефлексию “цеха”, который должен быть пассионарной структурой становящегося гражданского общества России.

Несколько слов о том, что в программе не сказано: строго и, может быть, отчужденно звучащие слова типа “экспертная система”, “моделирование”, “стимулирование” и т.п. - это лишь *методы*, способствующие реализации основной задачи семинара, попытке *понимания* региональным сообществом самого себя. Даже на уровне обыденных смыслов, без вряд ли уместного здесь обращения к теоретическим положениям *герменевтики*, попытка понимания означает, как минимум, отказ от безудержного алармизма (катастрофизма) в диагнозе ситуации, от безальтернативного прогноза или прогноза, ограничивающегося лишь поверхностными альтернативами. Понять - не обязательно простить, но уж точно - не впасть в отчаяние и уныние, с одной стороны, не прозевать реальные проблемы - с другой. Понять - не поддаваться искушению “очевидности”, соблазну упрощения проблемы, порыву уклонения от выбора.

В.И.Бакштановский предположил, что семинару предстоит преодолеть весьма распространенные стереотипы (не)понимания природы журналистской этики, которые оказывают серьезное влияние на сознание и поведение журналистов. Так, в день открытия семинара одна из тюменских газет опубликовала не только очередную статью из “Тетрадей гуманитарной экспертизы”, содержащую материалы экспертного опроса, но и полемическую статью своего сотрудника, в которой высказываются типичные для обыденного восприятия возражения против обсуждения вынесенной в заглавие семинара проблемы. Здесь и категорическая уверенность в том, что нет и не может быть профессиональной этики журналиста, ибо “не понятно, чем в этом плане журналист отличается от пекаря, художника или, скажем, портного”, и мнение о том, что взрослым людям “слишком поздно вдабливать” прописные истины о том, “что такое хорошо”.

Пожалуй, самый сложный стереотип, от которого надо бы отказаться на семинаре, это оправдание уклонения от решения моральных проблем тем, что СМИ сегодня борются за выживание - не до морали в такой ситуации. Но как быть с опасностью, связанной с

таким уклонением: достигнув, наконец, искомого уровня благосостояния, сохранят ли СМИ отпавленные в анабиоз ценности и нормы?

Далее В.И.Бакштановский высказал полемические замечания в адрес одного из своих коллег-исследователей, полагающего, что несправедливо требовать от практикуемых норм и правил игры журналистской профессии больше, чем от таких «грязных» профессий, как бизнес или политика. Согласно этой позиции, завышенные моральные требования адресуются журналистскому цеху, видимо, потому, что единственное реальное достижение последнего десятилетия жизни нашей страны связано со свободой слова. Других достижений - в бизнесе, в политике нам пока дождаться не удалось.

Объяснение интересное и плодотворное. Но как бы журналистский цех не истолковал его как индульгенцию?! Разве грязная политическая игра, слабые надежды на честную игру в сфере бизнеса могут послужить основанием для снятия высоких требований к журналистской этике?

Затем ведущий прокомментировал предложенный в программе алгоритм работы семинара, обратил внимание его участников на материалы экспертного опроса тюменских и московских журналистов, опубликованные в журнале «Тетради гуманитарной экспертизы (1)», подчеркнув, что большинство участников семинара - авторы этой работы, что некоторые их суждения отражены в программе семинара, сообщил, что избранные материалы будут опубликованы во втором выпуске «Тетрадей гуманитарной экспертизы».

(Основное содержание вступительного слова В.И.Бакштановского представлено в предисловии редактора к этому выпуску «Тетрадей...».)

С.М.Киричук

«...И ТОГДА У ВАС ВСЕ ПОЛУЧИТСЯ»

Прежде всего, сказал в своем **приветственном выступлении** глава города, я искренне рад, что у вас появилась возможность собраться и обсудить свои профессионально-нравственные проблемы. Думаю, что вы выйдете из тех рамок, которые были обозначены в программе, и вряд ли сможете удержать обсуждение в чисто этической направленности темы семинара. Практика показывает, что даже самые абстрактные вопросы не могут решаться без обсуждения финансирования СМИ: то, что бумага все дорожает, влияет и на этику, и на профессионализм. Но я поддерживаю идею семинара, сконцентрировавшего свое внимание на журналистской этике.

Свой взгляд на проблемы прессы, сказал С.М.Киричук, я не однократно излагал, в том числе и в качестве участника экспертного опроса. Наверное, имею право говорить о том, что всегда был за развитие свободной прессы. В Тюмени вряд ли найдется журналист, который мог бы упрекнуть меня в невнимании к правам журналистов. Возможно, мне везло, ибо «наезды» на меня в некоторых публикациях, по крайней мере до сегодняшнего момента, не требовали от меня активного и жесткого противостояния. Да, были какие-то фразы, оценки, на мой взгляд, не соответствующие фактам и истинному положению вещей. Но и в этом случае надо понимать журналиста, уважать его труд, его взгляд, его мнение по проблеме. Ведь еще не известно, кто виноват в том, что данная журналистом информация, по меньшей мере, не точна - может быть, я сам или структуры администрации не смогли донести до прессы наше обоснование того или иного решения проблемы. Возможно, что журналист просто не захотел разобраться.

Далее С.М.Киричук отметил, что если развитые демократические государства создавали и создают условия для развития свободной прессы, то наше государство, кажется, вообще не ставит перед собой такую задачу. Мне представляется, сказал С.М. Киричук, что наша пресса зависима, и прежде всего зависима от тех людей, которые смогли использовать всю государственную машину в своих целях. Это и большие «портфельносители», и олигархи. В начале этого десятилетия я, например, предполагал, что в нашей стране может возникнуть нормальная - свободная, демократическая пресса, со своими традициями, правилами поведения, адекватными для демократического государства. К сожалению, я ошибся. В прессу пришло много не глубоких по своему развитию людей, людей не профессиональных, продолжающих себя считать пропагандистами, правда, те-

перь уже обслуживающих тех же олигархов, владельцев СМИ и т.п. Это очень зависимые журналисты. Что может быть печальнее? Но каково наше общество - такова и пресса.

Другое дело, что мы уже знаем каким может быть открытое общество - ведь мы увидели мир таким, какой он есть на самом деле. Оказывается, он не всегда таков, как нас учили в детстве. И потому многие молодые люди, хотя и живут еще в обществе переходного периода, не испытывают давления того груза, который давит на людей моего поколения. Удивляюсь, как сам изменился за 10 лет. Сам себя не узнаю. А люди, которым сейчас 20 - 25 лет, живут в новом обществе, в новой системе. Я им немного завидую.

Мне представляется, что самое главное, необходимое нашему обществу - сделать прессу независимой прежде всего финансово. Независимой от всех: от государства, от олигархов. Возможно ли это? Сам я, видимо, этого не дождусь. (Реплика: Р.Гольдберг: "Никто не дождется, даже ваш внук".) Но только тогда, только в такой ситуации можно будет говорить и об этике журналиста, и о качестве, профессионализме журналистского труда. Тогда действительно будет понятно, кто и как зарабатывает себе на хлеб.

Сегодня, к сожалению, мы живем в других обстоятельствах. Но и в них я желаю вам и недорогой бумаги, и острого пера, и веры в то, что вы нужны людям, и понимания того, что вы - действительно великая сила в обществе. И пусть понятия «этика», «профессионализм», «квалификация» будут незримо присутствовать в каждой вашей статье, репортаже. И тогда у вас все получится.

Ведущий поблагодарил главу города за приветственное слово. Затем представил участникам семинара своего коллегу и партнера по проектам, связанным с журналистской этикой, Ю.В.Казакова. Он является экспертом Фонда защиты гласности, членом большого жюри Союза журналистов, а так же составителем своеобразной хрестоматии зарубежных и отечественных кодексов журналистской этики, которая выходит в свет в день открытия семинара.

**Часть 1. Вектор изменений моральной ситуации
в современной журналистике:
“катастрофа”? “кризис”? рождение нового?**

Л.С.Березин

**«...ПОМЕНЬШЕ РОМАНТИКИ, ПОБОЛЬШЕ ЭМПИРИКИ, ГОСПОДА.
МОЖЕТЕ СЧИТАТЬ ЭТО “МОРАЛЬНЫМ КОДЕКСОМ” ЖУРНАЛИСТИКИ»**

Многие описывают сегодняшнюю ситуацию в прессе и журналистике в сугубо катастрофических красках: моральное падение, деградация и т.д. Критики коммуно-патриотического толка кричат о господстве на страницах газет и телеэкранах насилия, эротики и прочее, предвещая масс-медиа неминуемый моральный крах. В противовес им, критики прессы из среды либеральных реформистов утверждают постулат изначальной продажности масс-медиа, с увлечением играя в “угадайку”: кто за какой газетой (телеканалом) стоит, кем заказан тот или иной материал, пытаюсь найти “среднюю равнодействующую” в разногласии информации и присваивая ей этикетку “истина”.

В споре с той и другой точкой зрения я берусь утверждать, что сегодняшняя журналистика и пресса, за редким исключением, стали человечнее и даже гуманнее. Именно сейчас они оказались более интегрированы в общество, пусть и не могущее пока претендовать на гордое звание “гражданского”. Для этого и нужно-то было:

1) отказаться от идеологической негибкости, присущей в жизни исключительно фанатикам и чуждой среднему индивиду (гражданину, читателю, зрителю);

2) сложить с себя роль проповедника, миссионера, ведущих народ к высшим и не всегда ему понятным идеалам;

3) перестать считать себя кичливой защитницей сырых, убогих и обиженных, Робин Гудом, наказующим зло (и, следовательно, монополистом в понимании, что есть добро и что есть зло);

4) проявить человеческую слабость, всегда присущую конкретному индивиду, пусть и слабость к деньгам, и вообще к патернализму;

5) забыть большевистские максимы о “газете – организаторе, агитаторе и пропагандисте” и согласиться на скромную роль простого информатора (информационная функция) и даже, простите, “стукача” (социально-охранительная функция).

Такая пресса намного гуманнее, поскольку теперь она, что называется, “плоть от плоти” общества. Она не учит с высоты собственного величия народ, как ему “жить”, а обслуживает общество, становясь отраслью духовного сервиса.

Многие воспринимают это как грехопадение. Но давайте задумаемся, почему? Потому, что журналисту приходится сойти со своего искусственного пьедестала, сбросить привычные котурны, почувствовать себя “таким же, как все”. Некоторым это глубоко противно, они продолжают цепляться за свое утраченное “величие”. Полагаю, самое лучшее, что они в этой ситуации могут сделать, это сменить профессию.

Да, общество во многих своих проявлениях глубоко несимпатично, и чувствовать себя частью этого общества многим журналистам противно. Тогда на месте рациональных оснований профессиональной деятельности возникают разнообразные мифы, служащие, по сути, подпорками лелеяемого многими журналистами “старого закала” корпоративного самомнения и эгоизма. Среди них самый распространенный: меня (мою газету) не читают (т.е. не покупают) потому, что я не потакаю низким вкусам толпы, чураюсь “сенсационности” (синоним – “не гонюсь за жареными фактами”). А я на это отвечаю: не читают потому, что ты не профессионален (в “нормально” корпоративном смысле, а не в том, который вкладывали в функциональную природу этой профессии партийные агитпропы).

В свое время французский социолог П.Бурдьё написал знаменитую статью под названием “Общественного мнения не существует”, где доказывал эту парадоксальную мысль тем, что в условиях разделенного общества роль “мнения” выполняют немногочисленные архетипы сознания. Именно они, а не текущие события, становятся критериями общественных оценок и стимулами коллективных и индивидуальных действий.

Применительно к сегодняшней России это тысячекратно верно. Сегодня в России нет “народа”, а есть конгломерат более или менее маргинализированных социальных групп, бурно и бескомпромиссно конкурирующих между собой и имеющих крайне слабую внутреннюю связь (атомизированных).

Многие видят основной порок современного российского общества в запредельном имущественном расслоении, не замечая, что в обществе давным-давно (пожалуй, с начала 60-х годов) идет и достигла катастрофических размеров дифференциация социально-культурных и даже культурно-исторических типов (эту мысль еще в 70-е годы активно доказывал З.И.Файнбург). Потому так трудно искать общий язык поколениям, городским и сельским жителям, что это разные культурно-исторические типы общества, социальной организации. Потому так тяжело формируются демократические институты и, прежде всего, местное самоуправление, что общество включает в себя разные социально-культурные типы (предельно упрощенно говоря, одни – сажают деревья, другие – выкапывают их для собственных дач; одни – красят, другие – пишут поверх свежей краски известные термины; одни – убирают, другие – гадят), которым крайне тяжело дается сосуществование.

Очеловечиваясь, своеобразно гуманизируясь, отказываясь от социального менторства, журналистика “тащит” на страницы газет и в телерадиоэфир не отсепаарированные, не отфильтрованные социальные образцы, а общество во всем многообразии социально-культурных типов, в том числе и морально отталкивающих. Это как с представительной демократией: например, омерзительная многим Дума потому и омерзительна, что представляет, почти максимально точно репрезентирует общество. Что делать!

Многие упрекают сегодняшнюю прессу в продажности, поминая “вторую древнейшую” профессию, но имея, почему-то, в виду “первую”. Чушь и еще раз чушь! Пресса всегда и везде обслуживала деньги. Просто сегодня в нашей стране деньги поменяли своих бывлых хозяев и как бы “рассосались” по всему правящему сословию. А последнее – потеряло былую монолитность, т.е. демократизировалось, если под этим термином понимать отказ от “номенклатурного” принципа формирования, плюрализм интересов и свободу их публичного выражения.

Традиционное единство прессы как отрасли общественного хозяйства (такой же, как производство, образование и т.д.) и денег мгновенно стало очевидным и доступным пониманию гораздо более широких слоев общественности, чем ранее.

Пресса утратила свой почетный ореол диссидентства (весьма искусственного и раньше) и приступила к исполнению своих прямых обязанностей: подглядывать, подсматривать и доносить – до общества. Не только факты, но и специфику интересов, мотивов различных групп и социальных корпораций, воплощенную в оценках текущих и прошлых событий. Учась этому, пресса выполняет свое высшее предназначение, а кроме того, в свою очередь, учит общество выгодно продаваться, т.е. учит способности денно и ночно производить продукт, который можно продать. Когда тебе не дает денег никто, а ты просишь у всех – это рабство, когда тебе дает деньги один – это зависимость, когда тебе предлагают деньги несколько – это свобода. Освоение этого нехитрого тезиса – залог и выживания страны (в том числе духовного), и формирования гражданского общества, и социального мира, и индивидуального развития (в том числе нравственного), и свободы прессы.

Так что поменьше романтики, побольше эмпирики, господа. Если угодно, можете считать это “моральным кодексом” журналистики.

Обсуждение сообщения

В.И.Бакитановский. Многие, видимо, знают идею А.К.Симонова, президента Фонда защиты гласности, о целесообразности создания некоей организации, защищающей читателя, слушателя и зрителя СМИ... от СМИ. Так как в нашей “экспертной системе” есть представитель ФЗГ, т.е. защиты самих СМИ, но нет представителя необычной структуры с условным названием “Фонд защиты от СМИ”, я условно возьму на себя роль такого представителя.

Поскольку Вы сказали, что пресса стала гуманнее, что сегодня она ближе к обществу и т.п., как Вы объясните волну критики наших СМИ? Вот самые свежие материалы.

А.Сокуров в «Общей газете» в статье «Правда о телевидении» говорит, что за последние годы ничто не привело к изменению общества в такой степени, как глобальное развитие печатных и электронных СМИ, что это системы наркотические и т.д. Очень критический отзыв. Газета «Первое сентября» сообщает, что уже не Госдума, а московская городская Дума готовит создание комиссии по контролю за нравственностью, которая, с точки зрения инициаторов, разрушается средствами кинематографии, телевидения и т.д. И это уже не Станислав Говорухин - «консерватор» и т.д., а Евгений Бунимович - демократический деятель. Как бы Вы прокомментировали такого рода претензии к СМИ, прежде всего, претензии по поводу утери нашей прессой доверия аудитории?

Л.С.Березин. Как социолог могу сказать, что самих СМИ стало слишком много, а наше население в процессе своего социального переструктурирования раскололась на слишком много групп и субъектов. Поэтому все, что бы ни было написано или сказано в эфире, найдет своего недоброжелательного критика. Причем эта критика будет идти с различных социально-политических, социально-культурных позиций, социально-нравственных позиций. Слишком много образцов жизни предлагается со страниц газет, с экранов телевизора и слишком много разных по интересам социальных групп это оценивают. Поэтому и критика в адрес СМИ столь острая, создающая неадекватный эффект общественного конфликта.

Вообще же конфликт аудитории и СМИ разрешается через систему ограничений. Кому-то нравится в СМИ одно, другим - другое, кто-то одобряет некую позицию СМИ, другие ее не одобряют. Наше общество слишком атомизировалось. Поэтому требования неких правил игры, регуляторов, хотя бы ограничителей для СМИ, понятно. Нормальное общество и существует через систему ограничителей, в том числе и в сфере СМИ. Но наше общество еще не готово сформулировать и коллективно одобрить те образцы, которые предлагаются для такого рода ограничителей деятельности СМИ. Пока еще единства в понимании того, как это делать, нет.

Р.С.Гольдберг. Цитированные В.Бакштановским критические голоса и есть своеобразные ограничители, элементы еще не созданной системы защиты общества от тех или иных грехов прессы.

Ю.В.Казakov. Я благодарен Л.С.Березину за поворот относительно распространенного представления о ситуации в СМИ, за несогласие с катастрофическими оценками, за социокультурное объяснение многих сторон конфликта общества и СМИ. Но мне показалось, что Вы, Лев Савельевич, не договорили. Если, как Вы полагаете, и СМИ, и общество проживают вполне естественный этап своего саморазвития, то каковы могут быть способы разрешения конфликтов внутри самой журналистской корпорации, в том числе конфликты между журналистом и редактором, редактором и издателем и т.п.? Ведь профессиональная этика журналиста часто входит в конфликт с интересами медиа-бизнеса и проч. Еще в 1993 году Совет Европы принял резолюцию 1003, в которой внятно была сформулирована задача поиска новых подходов к ситуации в медиа-этике.

Л.С.Березин. Всякое единство, как известно, может быть достигнуто двумя способами. Первый из них - насильственный, второй - через добровольное признание некоего коллективного авторитета или внешнего авторитета, который внесет идею в журналистские массы и т.д. Я полагаю, что поскольку первый способ сегодня не возможен, то и корпоративное единство сегодня не возможно в принципе.

Вообще говоря, веления высшего авторитета - это не моя тема, но я считаю, что нет особой журналистской этики, как и других профессиональных этик. Есть только некоторые специфические профессиональные ситуации, которые подлежат оценке в рамках определенной корпорации, и которых нет в другой корпорации. Это создает впечатление существования отдельных этик в одном и том же хронотопе, но на самом деле это не так.

Я думаю, что и более развитые в демократическом отношении - с точки зрения функционирования прессы как независимого общественного института - журналистские корпорации тоже не могут пока договориться. Все там настолько как бы подвешено, что нам нельзя взять на Западе некий готовый образец.

Вот, например, С.Говорухин - мы знаем кто он такой, какое у него окружение, какой шлейф за его именем тянется и т.д. - ссылается на опыт Би-Би-Си, как она финансируется, в каких отношениях с правительством и т.д. Но эта ссылка говорит об отсутствии како-

го-либо логичного и обоснованного понимания проблемы, которую мы обсуждаем. И в журналистской среде, и среди тех, кто на нее пытается воздействовать.

И не надо, наверно, напрягать журналистов, потому что это может стать причиной еще одной войны в корпорации.

В.И.Бакштановский. Хочу поблагодарить Льва Савельевича за то, что он поднимает уровень нашего семинара, стараясь держать теоретическую планку, что не мешает простым смертным журналистам задавать вопросы.

Е.Шаров. Какие ограничители со стороны самих СМИ могут остановить поток негативной информации, льющийся на наш народ со страниц газет, с телеэкранов?

Л.С.Березин. Ограничители простые - личная порядочность каждого журналиста и редактора. И, пожалуй, больше ничего. Ведь в чем главная проблема? В том, что редактор, имея материал, тем более оплаченный, всегда знает, что если он не напечатает этот материал, его напечатает редактор другой газеты - и эти деньги получит тоже другой редактор. Деньги на то, чтобы бумагу купить, расплатиться с коммунальными платежами и т.д. Личная порядочность людей - журналиста, редактора.

Р.С.Гольдберг. Насколько мне известно, термин «личная порядочность» не сформулирован, как же согласовать личную порядочность с желанием получить деньги?

С.А.Фатеев. Это категория этики - личная порядочность, да?

Л.С.Березин. Никто никогда не договорится о том, что такое личная порядочность. Когда обсуждается этот вопрос, всегда отсылают к набору проповедей. Читайте и обрящете.

Ю.В.Казakov. Я хочу возразить Л.С.Березину. Разговор об ограничителях не должен подменяться разговором о личной порядочности. Я склонен считать, что личная порядочность чрезвычайно важна. Но у людей могут быть разные представления о порядочности, в том числе из-за разного воспитания, разной деловой культуры. Поэтому у СМИ и есть самый начальный ограничитель - закон о СМИ. В нем есть фраза: «журналист обязан ...».

В.И.Бакштановский. У нас четвертый раздел программы семинара специально посвящен этому вопросу.

Ю.В.Казakov. Кроме законодательных норм долго и мучительно всем миром вырабатываются специальные правила, нормы «профессионально правильного поведения». В основе этой тенденции лежит представление о том, что кроме следования нормам общечеловеческой морали журналист должен руководствоваться еще и профессионально-нравственными нормами. В нашей профессии есть правильное поведение - и не правильное, есть поведение приветствуемое - и не приветствуемое, даже если оно и соответствует закону.

В.И.Бакштановский. Лев Савельевич, Вам искреннее спасибо за введение в круг подходов нашего семинара подхода социокультурного, в том числе помогающего избежать неадекватных моральных претензий к СМИ.

Как справятся с поставленной в самом начале семинара высокой планкой дальнейшие выступающие? Не сомневаюсь в успехе следующего сообщения, которое сделает В.А.Кабакова.

В. А. Кабакова

«...ОТРЯД “ПЛОХИХ” СТАЛ ПОПОЛНЯТЬСЯ ЛЕТ ПЯТЬ НАЗАД ЗА СЧЕТ “ХОРОШИХ” И НОВЫХ ЖУРНАЛИСТОВ»

Изменение вектора моральной ситуации в современной журналистике скорее можно назвать кризисом, чем катастрофой или рождением нового.

Я согласна со словами Сергея Александровича Фатеева о том, что всегда рядом с «хорошими» были «плохие» журналисты. Отряд «плохих» стал пополняться лет пять назад за счет «хороших» и новых журналистов. Это время так называемой демократии, свободы слова. Наверное, повторю общеизвестное: многие из бывалых журналистов сформулировали для себя новое понятие «свобода слова» так: «говорю все, что хочу».

Но особенно трудно пришлось молодым журналистам: у них была другая школа, не было профессионального и жизненного опыта. Я говорю об опыте, потому что свобода

предполагает выбор, который зависит от внутренних установок человека, от багажа знаний и опыта. У начинающих же журналистов был только пример: новые газеты (“желтая пресса”), полные дутых сенсаций, - вот что хорошо продается и покупается. И уже неважно, насколько достоверна информация, этические нормы не в счет. Можно соврать, что-то приписать или убрать для большей привлекательности. Вот за этим и погнались.

Но в этой ситуации не нужно паниковать. Нужно достойно ее пережить, сделать все, чтобы, миновав кризис, журналистика очистилась от шелухи. Тогда можно говорить о рождении новой журналистики, в которой бы каждый корреспондент соблюдал профессиональный (или этический) кодекс.

Как это сделать? Наверное, самое главное - обратить внимание на обучение журналистов. Особенно это касается молодой кафедры журналистики в нашем университете. Много значит для начинающих журналистов редакция, в которую он приходит работать, - это тоже школа. И от того, какие в ней учителя, зависит дальнейшая профессиональная деятельность журналиста. Точнее, и от этого тоже.

У журналиста должен быть этический кодекс. Это понятно. Этические правила можно сформулировать, написать и даже повесить перед каждым журналистом. Многие авторы “Тетрадей...” предлагают создать комитет по этике или нравственности, который бы контролировал соблюдение этих правил. Но возникает много вопросов: как это контролировать? Кто судьи?

Думаю, что такой “судья” должен быть в каждой редакции. И прежде всего - внутренний судья, в сознании самого журналиста. А если его этические представления столкнутся с требованиями профессиональной этики? Ведь “каждый пишет, как он слышит, каждый слышит, как он дышит, как он дышит, так и пишет...”. А слышат и дышат журналисты каждый по-своему. Поэтому этический кодекс по своей значимости должен быть приравнен, например, к клятве врача (правда, и ее нарушают).

Очень важное место в этом кодексе нужно уделить лексике, которую использует журналист. Нельзя оправдывать наличие вульгаризмов, молодежного сленга либо темой, либо бедностью русского литературного языка - скорее, такой журналист демонстрирует бедность собственного лексического запаса. К тому же, СМИ - показатель культуры, носитель литературного языка. По крайней мере, так должно быть, это закреплено в общественном сознании. А газета, особенно молодежная, несет ответственность еще и за формирование вкуса читателя. Понятно, что журналист переходит на язык молодежной тусовки, стремясь быть доступным юному читателю. Получается, он идет на поводу, теряет при этом свое лицо. А готов ли тогда журналист нести ответственность за поколение Эллочек-Людоедочек? Скорее, нет.

Обсуждение сообщения

В.И.Бакштановский. Вы оценили ситуацию в журналистике как кризисную. Но это слово можно интонировать по-разному. Можно алармистски. В этом случае слово “кризис” вызывает у человека тревогу, напряжение, стремление справиться с трудностью, преодолеть ее. То есть совсем не то взвешенное, почти спокойное состояние, которое я слышу в вашем выступлении. В каком же смысле Вы употребляете характеристику «кризис»?

В.А.Кабакова. Я сказала, что по поводу ситуации в журналистской этике не надо паниковать, но из этого не следует, что можно вовсе не беспокоиться и жить, ожидая манну небесную. Я имела в виду, что не надо слишком много говорить о кризисных моментах, а нужно что-то делать в связи с этим. Поэтому я считаю, что наш семинар важен. Считаю, что старшее поколение журналистов может направить деятельность молодых журналистов в нужное русло. Если ничего не делать, естественно, все пойдет самотеком. Что касается симптомов кризиса, то это, например, такие факты, как публикация непроверенной информации, употребление в газете непристойных слов.

В.И.Бакштановский. Может быть, это скорее недостатки, а не кризис?

В.А.Кабакова. Это кризис. Все начинается с таких “недостатков”. Если журналист позволяет себе такое, он может позволить и более тяжкие ошибки.

Е.О.Кох. Мне кажется, что в слове «кризис» не обязательно должна звучать тревога. Кризис - это нормальный процесс разрушения старой иерархии ценностей и создание

новой. До того момента, когда новое создастся и устоится, - это и есть кризис. Ничего общего с кризисом, например, 17 августа в таком состоянии нет.

Е.Шаров. Ты говорила о свободе печати переходного этапа. Как, по-твоему, где заканчивается свобода печати и начинается анархия?

В.А.Кабакова. Свобода слова для меня - это, прежде всего, возможность сказать все, что хочется, но при этом соблюдая правила игры, не оскорбляя личность, чтобы, например, твой материал был принят и людьми старшего поколения. Долг журналиста - работать не для кого-то, а именно для читателя.

С.В.Суразаков. Я с Валерией не согласен. Любой журналист, любое СМИ представляет, на мой взгляд, определенный круг читателей. Есть городская общественно-политическая газета, она рассчитана на широкий круг читателей. И потому твой тезис о внимании твоей газеты к старшему поколению можно понять: ты должна писать так, чтобы твою газету могли читать и пенсионеры, и молодежь. Я же работаю в молодежной газете. Стараюсь писать молодежным языком, иногда шалю, если не хулиганю, в русском языке, употребляя разные обороты. И не считаю, что нарушаю этику журналистов. Пишу так, чтобы люди читали, чтобы людям нравилась моя работа. Я знаю, что меня не будут читать пенсионеры, старики. А если прочитают и обматерят меня, это будет здорово - хоть какая-то реакция. Зашоривать журналиста, заставлять его подбирать правильные выражения - вот это в наше время аморально.

В.А.Кабакова. Мне кажется, что популярности можно добиваться и не используя рискованные выражения. Молодежи будет понятно, если ты свои мысли выразишь нормальным языком. Почему ты думаешь, что твои статьи не читают люди старшего поколения? Может быть, им интересно знать, как живет молодежь? Думаю, что у них есть право прочитать статью и не плевать после этого, не материть тебя.

С.В.Суразаков. Ты говоришь, что морально писать, не оскорбив никого своим материалом, своим словом. А я считаю, что аморально не то, что ты оскорбил кого-то одним необычным словом, одним предложением, но то, что ты думал так, а написал по-другому.

В.Н.Кабакова. Значит, мы по-разному понимаем мораль.

Р.С.Гольдберг. Сергей, какой низший возраст вашего читателя?

С.В.Суразаков. Затрудняюсь ответить, потому что не проводил социологического исследования.

Р.С.Гольдберг. Кто из тех, у кого ты видел в руках вашу газету, самый молодой человек?

С.В.Суразаков. Это мой сын. Но он читать не умеет, ему 2,5 года.

Н.Самойлик. Допустимо ли использование лексики андеграунда на страницах вашей газеты? Молодежная газета формирует читательский вкус. Причем молодежь, на которую рассчитывает ваша газета, мало читает книг и с экрана телевизора часто слышит лексику, близкую к ненормативной.

С.В.Суразаков. Я думаю, что уместно все. Насколько этично писать таким языком в газете, зависит, в конце концов, от журналиста и редактора. Я просто высказал свою точку зрения. Я пишу так, как мне нравится, как я хочу, как считаю нужным писать на эту тему. Я же не говорю, что в информации о заседании, допустим, городской Думы надо изощряться в приемах, оборотах, стилистике. Если тема соответствует вольному изложению, хулиганскому, тогда все можно. Насколько журналист вправе материться в газете, зависит от редактора. Конкретную же ответственность я беру на себя, подписывая материал своей фамилией, не беря псевдонимов.

В.И.Бакитановский. Спасибо, Валерия, что Вы преодолели сомнения и все же выступили. А теперь я обращаю внимание собравшихся на то, что возраст Валерии еще не самый юный среди участников семинара. Следующей будет выступать студентка факультета журналистики Алена Бучельникова.

А. Бучельникова

“...СУЩЕСТВУЕТ ПРОТИВОРЕЧИЕ МЕЖДУ ЖЕЛАНИЕМ ГРАЖДАН ПОЛУЧАТЬ ПОЛНУЮ ИНФОРМАЦИЮ И, ПОРОЙ, НЕВОЗМОЖНОСТЬЮ ДЛЯ СМИ УДОВЛЕТВОРИТЬ ЭТУ ПОТРЕБНОСТЬ, ОДНОВРЕМЕННО НЕ НАРУШАЯ ЭТИЧЕСКИЕ НОРМЫ”

Сегодня всё чаще звучит вопрос: какой должна быть современная пресса? Честной, но бедной? Или всё-таки некая “коррекция” сообщения ради элементарного материального достатка, наступающего или, лучше сказать, получаемого вместе с деньгами, не так уж и страшна? Какими моральными правилами, нормами должен руководствоваться журналист в своей работе? И вообще существуют ли подобные правила? На все эти вопросы невозможно получить однозначные ответы. Каждый работник СМИ (так я назову, с вашего позволения, журналиста) отвечает для себя и за себя сам.

Готовя свое выступление на семинаре, я ставила цель - подвести некую теоретическую базу под понятие современного дискурса, выделить основные его черты, обсудить нормы, его регламентирующие, а также рассмотреть категорию достоверности (персуазивности) в современной прессе.

Но прежде, я думаю, нелишне будет напомнить чёткое определение понятия “дискурс”. Дискурсом мы называем коммуникативное событие, которое заключается во взаимодействии участников коммуникации посредством вербальных текстов и (или) других знаковых комплексов в определённой ситуации и в определённых социокультурных условиях (определение О.В.Платоновой, - Авт.). Иными словами, момент, когда человек, желая получить информацию или преследуя другие цели, открывает газету, журнал, включает радио или телевизор, и служит началом того процесса, который мы называем дискурсом.

Важнейшей характеристикой дискурса является понятие информационного поля – пространства, которое охватывает тот или иной объём фактов реального мира. Рамки этого информационного пространства, а значит, и объём сведений, который может получить читатель, зритель или слушатель, определяется информационной нормой, существующей в данный период в данном обществе. Чтобы проиллюстрировать этот вывод, достаточно обратиться к примеру из недавнего социалистического прошлого (приводя примеры, сейчас и в дальнейшем я опираюсь на наблюдения исследователя дискурса советского периода Л.Найдич, - Авт.).

Нормой, определяющей “нужный” объём информации, являлась коммунистическая доктрина. Основными темами советского дискурса были: тема вождей, критика капиталистического общества и социальное строительство. Задача доктрины - распространение информации, заключённой в чёткие рамки, и отвлечение людей от того, что за этими рамками, то есть создание видимости избытка сведений при их реальной недостаточности.

1989 год. Перестройка. СМИ преодолевают идеологический барьер. Свобода слова. Свобода печати. Расширение тем за счёт освещения внутренней и внешней политики - личной жизни “звёзд” и “звёздочек”, секса, криминала, “теневых” сторон жизни, критики коммунистической доктрины и т.д.

Документом, определяющим облик современных СМИ, становится закон РФ “О средствах массовой информации” от 1992 года. В Статье первой - о свободе массовой информации, говорится: “В РФ поиск, получение, производство и распространение массовой информации, учреждение СМИ, владение и распоряжение ими, изготовление, приобретение, хранение и эксплуатация технических устройств и оборудования, сырья и материалов, предназначенных для производства и распространения продукции СМИ, не подлежат ограничениям, за исключением предусмотренных законодательством РФ о СМИ”.

Эти ограничения можно разделить на две группы: (1) институциональные – связанные с деятельностью государства как социального института (например, тайны государства); (2) конвенциональные, в том числе и различные этические нормы (право граждан на неприкосновенность частной жизни).

Соблюдаются ли сегодня этические нормы, в том числе и предусмотренные законодательством РФ? Об этом можно судить хотя бы по все увеличивающемуся числу судебных

ных исков против журналистов и СМИ, которые они представляют (справедливости ради стоит отметить, что подобная участь постигла, в основном, так называемую “жёлтую прессу” – вспомним иск газете “Мегаполис”).

Напомнив об официальных документах, определяющих “лицо” современного дискурса, мне хотелось бы кратко рассказать и о теории, посвящённой исследованию возможных условий ограничения информации. Речь идёт о разработках израильского учёного, раввина Адина Штейнзальца и его коллеги, ныне покойного профессора американского университета Беркли Амоса Функенштейна, впервые взявшихся за изучение проблемы общественного невежества и введших термин “социология невежества” (т.к. труд данных учёных отдельно не был издан, я опираюсь на высказывания Адина Штейнзальца, опубликованные в “Литературной газете” за 16 декабря 1998 года).

Социология невежества - это не перевёрнутая социология знания, не элементарный недостаток образования. В каждом обществе в любой период его жизни существует некая группа людей, заинтересованных в сокрытии от общественности определённого рода информации. Эта группа хранит некоторые знания, тем самым распространяя невежество и нарушая право людей на получение информации. При этом раввин Штейнзальц говорит, что в некоторых случаях существуют оправдания сконструированному искусственно невежеству: (1) если знания нерелевантны для данной группы людей (например, профессии). Шерлок Холмс не знал, что Земля обращается вокруг Солнца, однако это ему совершенно не помешало профессионально выполнять свою работу; (2) если знания вредны для их носителя: сведения о ядерных технологиях, порнографии и ряд других оправданий.

Сегодня в обществе существует некое противоречие между желанием граждан получать *полную* информацию и невозможностью - порой - для СМИ удовлетворить эту потребность, одновременно не нарушая различные этические нормы. Таким образом, встаёт вопрос о достоверности - в широком смысле слова - как о явлении в принципе невозможном (знания субъективны – вопрос истины).

В узком же смысле слова информация становится дезинформацией, когда мы хотим скрыть по тем или иным причинам реальное положение вещей. В данном случае обман - сознательное введение в заблуждение с целью получения выгоды (поэтому здесь не имеется в виду тот обман, когда заведомо ложные тексты создаются без цели ввести в заблуждение: сказки, небылицы, комический народный фольклор).

Кроме того, существует ещё один тип дискурса, когда обе стороны - и адресант, и адресат - действуют по взаимной договорённости, а цель их не в том, чтобы говорить правду, а в том, чтобы создать видимость правды. Примером может послужить репортаж журналиста советских времен из-за рубежа: крупным планом показывались трущобы, говорилось о безработице. Но советский зритель, смотря передачу, как бы профильтровывал информацию через своё сознание, отделяя правду от намеренно сконструированной видимости, так как понимал, что журналист заключён в жёсткие рамки коммунистической доктрины. По сути, в аналогичной ситуации находится и современный адресат, так как редакционная политика практически всех СМИ определяется юридическим лицом, владеющим основным пакетом акций.

В современном дискурсе можно выделить три типа лжи: (1) параноидальная – проявление навязчивой идеи (построить коммунизм – в советское время, Россией управляет Запад и т.п.); (2) ложь политической выгоды – умалчивание или конструирование фактов (компромат на конкурента в условиях борьбы за электорат); (3) дискредитирующая – заведомая ложь, либо когда в реальные факты подмешиваются вымышленные. Все они выделяются на смысловом уровне.

В качестве показателей недостоверности могут выступать и синтаксические показатели – вводные слова, выражающие неполную степень уверенности, – “маркеры лжи”: возможно, наверное, кажется, вероятно, скорее всего и т.д. К показателям недостоверности относится и не указанный точно источник информации: “...*Источники из кремлевки сообщают*, что атрофия слизистой желудка и внутреннее кровотечение (Б.Н.Ельцина, - Авт.) могут рассматриваться как побочный эффект “*интенсивной терапии*” с применением фатальных стимуляторов, которая проводилась в конце 1998 года по настоянию Дьяченко-Березовского” (“Советская Россия”. Январь 1999. № 4).

Поверит человек сообщению или нет зависит от целого ряда факторов: репутация издания; знание адресатом денотата (то есть ситуации, о которой сообщается); способности адресата к экстраполяции (способности составить представление о свойствах незнакомого предмета, сравнивая его со сходным, хорошо известным); наличие в тексте эксплицитных (явных) показателей недостоверности (“маркеры лжи” и т.д.); психологический тип адресата (наивный человек верит скорее, чем скептически настроенный).

Подводя итог, можно выделить ряд черт современного дискурса: (1) идеологическая независимость (в плане неподчинения какой-либо определённой доктрине, например, коммунистической, но мы помним о том, кем сегодня определяется редакционная политика СМИ); (2) тематическая открытость; (3) свобода поиска и распространения информации с ориентацией на интересы и потребности потенциального читателя; (4) склонность к парадоксографии (рассказать о чём-то неординарном) и описанию негатива.

Обсуждение сообщения

В.И.Бакштановский. Я хочу поблагодарить Вас за то, что Вы не побоялись говорить на столь серьёзном языке.

В.Л.Строгальщиков. Вы выделили три типа лжи. Вы можете привести «живые» примеры всех трех типов из нашей региональной прессы?

А.Бучельникова. Дело в том, что когда я работала над своим исследованием, моей конкретной задачей было рассмотреть показатель достоверности в публикациях, посвящённых болезни президента. Я брала определённую статью и оценивала ее, во-первых, с точки зрения нахождения в ней “маркеров лжи” (на уровне синтаксиса); во-вторых, рассматривала соответствие теории указанных в моем сообщении зарубежных авторов выявленным в статьях позициям. Специально региональную прессу я не рассматривала.

В.С.Горбачев. Вы говорили, что готовили выступление на публикациях, посвящённых болезни Ельцина. А у Вас была информация о том, как президент чувствовал себя на самом деле? Ведь чтобы оценивать эти публикации как правильные или неправильные, надо знать истину?

А.Бучельникова. Я анализировала вводные слова, пыталась определить “маркеры лжи” вводных слов как показатели недостоверности: “кажется”, “может быть”, “вероятно”. Если эти слова были, у меня возникало сомнение в правдивости информации.

Ю.В.Казakov. Первая реплика. Как бы мы не запутались с этими “маркерами лжи”. Они - как красивая игрушка. Но если говорить о профессиональном правиле поведения, есть одна обязательная вещь, которая относится ко всем категориям журналистов, ко всем странам, включена во все кодексы. Да, надо отделять достоверную информацию от недостоверной, но при этом недостоверная информация далеко не всегда является ложью. Поэтому можно ли называть именно “маркером лжи” слова, которые являются точным отношением профессионала к своему труду и к человеку, с которым он находится в состоянии коммуникации: “я не мог проверить информацию и не знаю, насколько она достоверна, она может быть абсолютно достоверной, но просто я не убежден, не смог ее перепроверить по 18 каналам”? Наоборот, журналист поступил абсолютно корректно.

Вторая реплика. У нашего докладчика прозвучало категорично, что каждый человек имеет право на неприкосновенность частной жизни, а журналист не вправе нарушать эту неприкосновенность.

Но ведь это один из сложных моментов профессиональной деятельности. Над этим очень долго работает вся профессиональная корпорация и более того - все общество. И общество выделило журналистов, наделило их правом нарушать неприкосновенность частной жизни. Это право у журналиста есть потому, что оно защищает другое право - право общества на информацию. Конечно, это право журналистов строго ограничено. Как только журналист выходит за его рамки, ему говорят «стоп».

Третья реплика. Относительно того, кто читает, смотрит и слышит СМИ у Вас прозвучало слово “потребитель”. В европейском праве никто не говорит о “потребителе СМИ”. Не принято. Уже развели, уже поняли чем отличается “потребитель” от “пользователя”. Теперь говорят “пользователь СМИ”. И мы с вами сразу снимаем вопрос о собственности на новостную информацию.

Е.Кох. Я считаю наиболее опасными не слова “может быть”, “кажется”, а слово “очевидно”, которое употребляется тогда, когда нечто совсем не очевидно.

А.Бучельникова. Я указывала, что существуют две такие ситуации, когда мы не можем ложную информацию считать ложной: когда имеем дело со сказками, и когда журналист заранее предупреждает, что это будет за текст.

В.И.Бакштановский. Я хочу выразить Вам признательность за выступление и предположить, что свой зачет Вы получите.

Ю.В.Коваленко

“...УЧИТЬСЯ ПАДАТЬ И ДЕРЖАТЬСЯ НИ НА ЧЕМ, КАК ЗВЕЗДЫ”

Первый выпуск материалов проекта “Ценности и правила игры регионального сообщества журналистов” в “Тетради гуманитарной экспертизы” показался мне не только любопытным, но и познавательным: когда еще столь пристально можно взглянуть в лица коллег... И постепенно, страница за страницей, рождался собственный поток спонтанных размышлений.

Для начала замечу, что была и остаюсь журналистом, поскольку, согласитесь, пресс-секретарь - статус, и как ни раскладывай, временный. Есть в этом что-то от известной фразы “журналист меняет профессию”. Мой поход в PR сопровождался также решительной сменой темы. Чем не повод для наблюдения за самой собой в новой роли и - дистанцированно - за коллегами?!

Всегда придерживалась той точки зрения, что род деятельности, а в нашем случае - тема, формирует типаж. Художественное вещание в его лучшей, несуетной форме, возможно, некое переходное состояние от публицистики, скажем, к писательству (хотя, конечно, и оно зачастую служит проводником чьих-то приоритетов). Политическая, экономическая журналистика противоположна ему в своей конкретности, прагматичности, откровенности. Немаловажно наличие опробованных рычагов давления и, конечно, денег на рынке услуг. Вот эта природа и роднит с “первой древнейшей”.

До недавнего времени наши СМИ именно *существовали* - в искусственно замороженной системе координат. Но подул ветер перемен и баланс был нарушен: одного, общего на всех, врага не стало; реальность утратила ясность, а хваленая цеховая консолидация - почву из-под ног. Соответственно, многие пункты профессиональной этики устарели, а новых еще не было. 96-ой, на мой взгляд, лишь проявил кризис. Перед каждым встали проблемы выживания: ухудшение условий труда, безработица, зависимость от издателя, хозяина, начальника. Так был дан старт процессу “самодетельного творчества” - поиску внутренних врагов, моральному развалу и отчуждению.

Ситуация усугубилась новыми жизненными реалиями. Роль СМИ с развитием самостоятельности мышления людей объективно понижается. Подтянулось и новое поколение, не нуждающееся в разжевывании, навязывании единой внешней системы ценностей. Оно потребовало нового уровня плотности получаемой информации, проголосовало за интерактивное телевидение, возросло на Интернете.

Все это время СМИ твердо шагали дорогой утраты доверия у аудитории, потери роли народного рупора и заступника. Был и наивный энтузиазм, и искренние ошибки, и искреннее служение чьим-то интересам. Только в результате подобных метаморфоз со страниц газет, из теле- и радиопрограмм исчез, как говорили в советские времена, простой труженик, работяга, опора общества, - с его болями и радостями. Ушла, за редким исключением, в небытие и работа с письмами, снизив КПД практически до нуля. Аудитория не нашла себя в продукции масс-медиа. Не нашла - и отвернулась.

СМИ стали все более напоминать сервис, но их представители неохотно расстаются с иллюзиями. Не считаю нужным обольщаться: жизнь самодостаточна, журналистика не есть сама жизнь, а лишь ее слепок, некое подобие, вызванное конкретным поводом, которое, конечно, и влияет, и формирует, и организует, но лишь отчасти, исподволь, опосредованно. Работник масс-медиа - не актер, а только посредник: между фактом и обществом, народом и властью. Не будем забывать и том, что все журналисты, фигурально

выражаясь, наемные работники: все мы, так или иначе, продаем свой талант, труд, компетенцию.

Дело в точке отсчета: деньги - мораль - желание самореализации... В процессе заключения компромиссов с самими собой, ежедневно подбрасываемых обстоятельствами, важно не ошибиться в принципе, с величиной: не опуститься в собственных глазах, не сломаться. Убеждена - репутация дороже денег, поскольку с именем-то - жить. Будем реалистичны: журналист - профессия зачастую используемая, это явление естественное. Вот только надо на это идти с открытыми глазами и предвидеть последствия: а во что все выльется?

Страшно наблюдать сломанных людей с купленной психологией: такой и себе не рад. Говорят, один американский ученый вывел целую научную теорию, наблюдая за Клинтонем во время дачи президентом показаний о М.Левински. Оказалось, нос Билла в самых "скользких" моментах едва заметно вытягивался - организм плохо реагирует на ложь, страдает внутренняя экология. Ответ на вопрос о собственной неуспешности бывает порой очевиден: существуют же, наконец, причинно-следственные связи, за все в жизни нужно платить.

С другой стороны, считаю, мы живем в необыкновенно интересное время: еще лет 5 назад все были причесанными и милыми, "показывать зубы" в обществе считалось неприличным. Сегодня тормоза отпущены, и люди раскрываются. Какое многообразие во-круг, чем не повод заняться профессиональным наблюдением?!

Расширился, вместе с допустимой нормой, и рынок услуг: заказная статья, рекламная, продажная, без подписи, компромат, слухи. Используются элементы кодирования подсознания, что нагляднее проследить на рекламе: помните соблазнительный абрис женщины в бокале с напитком и кубиками льда?

Вместе с тем журналистика стала грамотнее в психологических подходах. Обратимся к В.Познеру. На мое заинтересованное: а разве случаен его высокий, доминирующий над собеседником, стульчик, он ответил: нет.

Многое, конечно, зависит от того, насколько свободен журналист в своем выборе. В этом отношении западный представитель масс-медиа наиболее благополучно устроен. Всему назначена цена, важно качество товара, поэтому человек спрашивает с себя, перспективу свою строит сам: покупается исключительно профессионализм. А значит, есть возможность выбрать близкие себе правила игры среди множества вариантов.

Наряду с этим, наблюдается все большая рационализация труда, мышления. Вспоминаю, как прослушав мою программу, М.Корти (радиостанция "Свободная Европа / Свобода") заметил: "Вы, россияне, позволяете еще себе превращать работу в любимое занятие. Это роскошь. Для нас работа - это работа, и не более того". Есть свои твердые рычаги на уровне корпоративной этики. Однажды, не выдержав искушения, западный коллега, курирующий тему, взял лакомый фрагмент моей, якобы подаренной, программы, в свою. Общественное мнение было однозначно: надо подать в суд за моральный ущерб, и кругленькая сумма будет в кармане. (Согласитесь, подобные ситуации сколь часто, столь и безнадежно возникают в нашей, отечественной, среде).

Возможно, Москва движется по пути зарубежных коллег: на столичном рынке строго расписана сетка услуг СМИ, цена профессионализма, и следовательно, проблемы из плоскости личностной договоренности перешли на уровень негласной полуофициальности (что влечет гораздо большую дистанцированность и щадит достоинство "исполнителя"). Объективно столица дарит, как и прежде, богатый кругозор, напряженную конкуренцию, разнообразие возможностей, когда можно себе позволить хлопнуть дверью - и уйти на другую, более плодородную ниву.

С недавних пор провинциалами стали интересоваться москвичи, - правда, потребительски, предвзято, но все же. "Жареные" заказы запускают механизм передергивания картины жизни, что, к сожалению, действует на всех уровнях в цепочке масс-медиа, начиная от центра и заканчивая периферией. (Возможно, по этой причине, устав от негатива, люди все чаще, согласно статистическим данным, оценивают в минус свободу российской прессы).

Что касается регионов, то процесс купли-продажи журналистов происходит здесь грубее, дешевле, что называется, лицом к лицу. (Некоторые "умельцы" умудряются, вопреки всем правилам, одновременно работать на конкурентов). В провинции и потолок

ниже, и возможностей выбора меньше, а поэтому профессионализм встречается реже и вызывает раздражение, если не зависть ближних. Все это обуславливает некую пассивность, примиренчество (хоть мало платят, да стабильно, хоть плохонькая работа, да есть). Срабатывает, скорее как некий фактор самозащиты, местечковый апломб: мы от сохи и знаем жизнь не понаслышке.

Между тем вопросы профессиональной востребованности, состоятельности, социального благополучия, наконец, - в наших собственных руках. Как ни странно, в этой банальной мысли признаются себе далеко не все. Журналистика требует личностной силы. (Может быть, поэтому, по исследованиям психологов, многие идут в эту профессию для изживания комплексов.)

Последнее время можно назвать периодом серьезного разлада в цеховом сознании коллег, когда в противоречие вступают ожидания и действительность: традиционная амбициозность - и потеря роли "властителей дум", ранимость - и необеспеченность, несостоятельность.

Думаю, именно слабость диктует иногда гнусные методы, попирающие как профессиональные, так и человеческие табу: передергивание фактов, откровенная ложь, воровство идей, хамство, публичные препирательства, информационный шантаж и т.п. Одним из крайних проявлений "профессиональной конкуренции" я бы назвала манеру расти в собственных глазах, унижая и оговаривая окружающих.

Для меня всегда было важно не превращать профессию в стол с объедками. Люблю, представьте себе, умытую журналистику с трезвой головой и честными глазами. Мода на расхлябанность в мыслях и манерах, будем надеяться, заканчивается.

Хотя, если говорить о многообразии путей и способов завоевания публики, они на сегодняшний день расцветают пышным цветом. В последние годы ряды пишущей братии пополнили люди со стороны, пришедшие из других сфер деятельности, а также т.н. "люди с улицы" (в это понятие я вкладываю не географическое, а скорее культурное содержание и уровень интеллекта). Возможно, неувоенность прежних профессиональных традиций, а также "непереваренность" новичков цехом и продиктовали появление множества разнородных, достаточно автономных групп, имеющих право на жизнь. Среди них: некие шоу-, клип- средства, приближающиеся к рекламному стилю; медиа-бизнес (часто - семейный); скандальные заказные однодневки и т.д.

Особо хотелось остановиться на т.н. "новых русских СМИ". Для них характерно приземленное, утилитарное, даже циничное, понимание профессии, некая "стайная" организация, ярко выраженная "звездность" при зачаточном состоянии профессионализма либо полном его отсутствии, а значит, отождествление себя с профессией, и, как следствие, ограничение собственного творческого роста. Не начавшись, такой "журналист" на самолюбование и заканчивается.

К слову замечу: нередко мои периферийные коллеги выставляют сами себе некую местечковую планку: это "наши" темы - а вот это уже "не наши". Но, позвольте, жизнь течет единым бурным потоком, и часть лишь характеризует наличие целого. Застрыв на мыслях "местного масштаба", можно и вовсе позабыть о том, что провинция существует только в наших головах. Это принципиальный вопрос личностной состоятельности.

Грань между фарсом и творчеством размыта. Все дело - в доле отдачи, а точнее говоря, любви к делу: сколько вложил - столько и получил. И в этом отношении разговоры о выработке корпоративной этики кажутся мне несколько искусственными. (Вновь вспоминается радиостанция "Свобода": допустимые нормы постперестроечной лексики коллеги из русского сервиса вырабатывали на собрании.)

Принципы нравственных отношений с миром известны уже не одно тысячелетие. Проблема, думается мне, все же внутри каждого из нас. В одной немецкой сказке главный герой, когда его искусственный мирок начал рушиться, через трещины в мироздании увидел фигуру, напоминающую Христа. Но вот что странно: у фигуры не было опоры. Человечек услышал голос: Иди ко мне . - Но как? Я упаду, я провалюсь в бездну! Ответ был такой: Учись падать. Учись падать и держаться ни на чем, как звезды. То есть на самом себе, на собственной глубине, на совести, на душе. Внутренний поиск себя, самосовершенствование и есть задача каждого из нас.

Человеку необходимо себя "изживать". И в этом смысле хаос вокруг по-хорошему провоцирует к этой работе.

Обсуждение сообщения

Р.С.Гольдберг. Ты сказала - “репутация - дороже денег”. Есть ли такие примеры? В практике мы имеем другое, к сожалению. Даже весьма уважаемые мною профессионалы Леонтьев и Романова перешли в другие телекомпании. Так что декларации о вторичной роли денег не совпадают с реальностью жизни цеха.

Ю.В.Коваленко. Один из авторов “Тетрадей...” рассказал о том, как можно эти декларации воплощать в жизнь. Он, допустим, пишет о ЗАО “Заречье” как о хорошем предприятии. Получил деньги за свою работу, но твердо знает, что это предприятие действительно хорошее, он им очарован искренне.

Р.С.Гольдберг. Где получил деньги - в ЗАО “Заречье” или в своей газете?

Е.В.Плетнева. Речь о моем тексте в “Тетрадах...”. Я не могу рассуждать с позиции редактора, который отвечает за всю газету. Но вот позиция журналиста: я могу делать деньги и оставаться спокойной за свою репутацию, ибо я не продаюсь. “Заречье” - лучшее в области, почему не написать? И деньги заработаю, и совесть моя совершенно чиста.

Ю.В.Казakov. Принципиально важно то, в какой кассе получать деньги. Профессиональная этика табуирует получение денег на стороне, у того, о ком ты пишешь. Табуирует, и ничего тут не сделаешь. Когда заплачено за рекламу (если помечено, что это реклама) в кассу газеты, то ее внутреннее дело - кому и сколько выплачивается. А если я расскажу о хорошем человеке, а потом пойду и возьму у него деньги - это уже другая ситуация, и ее не трудно оценить с точки зрения профессиональной этики.

В.И.Лысов. Речь идет не столько об этике, сколько о технологии. А если счет редакции арестован? Так какая разница, в какой кассе? Лишь бы не черный нал.

И.Я.Гецевич. Здесь звучал странный тезис, что мы, якобы, отображаем эту действительность. Господа, коллеги! Мы конструируем, формируем ее, мы заставляем людей думать, как мы. Я вспоминаю в связи с рассуждением Ю.Коваленко о технологии западной журналистики замечательный курс “Буржуазная теория журналистики”. Помните, да? Манипулирование общественным мнением и т.д. А ведь балканская проблема сегодня - это ответственность не только военных, политиков, но и журналистов. Помните, в партийные времена мы выискивали в каждой газете крупницы правды, читали между строк. Сегодня Запад, которому мы так завидуем, вынужден читать о Балканах между строк своей прессы.

Вспомним выборы 1996 года. Помните - 2% рейтинга у нашего гаранта Конституции. Что сделали мы, журналисты, в том числе и я? Я, кстати, за эти выборы ни копейки не получила - власти меня “кинули”. А тогда я подумала: “Лишь бы не Зюганов” и делала по 50 тысяч экземпляров своей газеты, роскошных плакатов о Ельцине. Мы “делали” этого президента. Сегодня мы же его активно топчем с помощью западных технологий СМИ.

Что будет с нами завтра? Перед нами снова выбор. Мы снова должны сказать: “Лишь бы не Зюганов, лишь бы не Петров, лишь бы не Сидоров”?

Я согласна с коллегой Гольдбергом: да, нам платят. Или мы сегодня должны закрыть свои лавочки, или опять куда-нибудь повести наших читателей. А кто будет за наши манипуляции расплачиваться? Отнюдь не мы! Опять граждане будут расплачиваться. Я пришла к этому выводу совсем недавно: за 75 дней бомбежек Югославии я поняла, что в России журналистика должна покаяться.

И еще один момент. Когда я выступала в прямом эфире радио “Гермес”, приходили вопросы: какой прессе сегодня можно верить?, правда, что московская пресса на 100% продажная и завранная?, правда, что провинциальная пресса более честная? А я бы поставила другой вопрос: а кто нас сегодня может читать? кому по карману сегодня читать? Слушать Юлю Коваленко еще могут, потому что телевизор есть в каждом доме, а читают газеты сегодня - минимум граждан. 5% населения могут выбрать, что читать, остальные 95% - должны думать о том, какую они могут за рубль - полтора купить газету, и то не каждый день. Так мы работаем для кого? Вот вопрос. Мы работаем как? И это вопрос.

Широко обсуждается проблема сращивания власти и мафии. А есть проблема сращивания власти и журналистской мафии. Мафия-то, кстати говоря, не очень ругательное слово. Поэтому не будем стесняться его. Все это есть. Если сегодня я достаточно прочно стою на ногах, могу выплатить очередную зарплату, это еще не значит, что я свободна. Я

не позволяю себе врать, но могу позволить сообщить читателю лишь 10% правды, а 90% - остается "за кадром". Я знаю - что, я знаю - как, я знаю - кто. Увы, я теперь стану уходить в сторону. Думаю, что вы тоже скоро начнете понимать, что нужно отходить в сторону. Или зарываться, или искать ниши, в которых может быть когда-то родится новая российская, плюралистическая, достаточно честная журналистика. Мы еще переживем свой балканский кризис, подождите, время еще не настало.

Н.Самойлик. Проблема обозначена совершенно четко: в ситуации развития электронной прессы, с одной стороны, при распространенности мнения, что читатель для газеты - дело десятое (я сама это слышала), потому как газета существует для того, кто платит ей деньги, насколько актуальны сегодня тюменские газеты и вообще, какие перспективы у нашей региональной прессы?

В.И.Бакштановский. Эту реплику мы вспомним при обсуждении третьей темы семинара. Юлия Владимировна, Вы всех, кто сейчас, при обсуждении социальной природы журналистики, будет говорить, что журналист - зеркало или зеркальщик, заранее предупредили, что журналист - еще и гедонист, радующийся тому, что правильно выбрал профессию, с помощью которой, кстати, еще и преодолевает свои комплексы. Своим сообщением Юлия Владимировна действительно выстроила мостик ко второй теме семинара.

В. А. Егоров

“...НЕ В ЮГОСЛАВИИ НАМ НАДО БЫТЬ МИРОТВОРЦАМИ, А В РОССИИ, В НАРОДЕ, В ДУШАХ ТЕХ, КТО НАС СМОТРИТ, СЛУШАЕТ И ЧИТАЕТ”

Из тысячи всевозможных профессий и специальностей есть несколько таких, в которых чем больше ты достигнешь мастерства, тем глубже увязнешь в грязи порока, безнравственности и разврата. Ну, например, профессия киллера. Хоть каким классным специалистом ни будь киллер, он никогда не будет уважаем людьми так, как мастерской плотник или автослесарь. Еще одна подобная профессия - проститутки. Она в своем деле может достичь необыкновенных высот мастерства, но почета, людского признания и уважения ей не видать.

Вот такова и профессия журналиста. Я не имею в виду спецов околожурналистского дела. Леонид Якубович ведь не журналист. Он талантливый шоумен. И ведущий телепрограммы "В мире животных" Дроздов тоже не журналист. Он - популяризатор знаний о братьях наших меньших.

Под словом "журналист" я имею в виду человека, обслуживающего власть существующую или тех, кто стремится к власти. То есть тех, кто вечно трется между двумя жерновами: народом и властью, господином и его подданными. Трется, чтобы получить газетно-телевизионную муку, которой питаются и те, и другие.

Именно о таких журналистах речь. Именно эти люди являются по своей профессии - чем-то средним между киллером и проституткой. Чем выше мастерство таких журналистов, тем хуже для людей, тем дольше граждане будут находиться в неведении о том, как умно и талантливо в очередной раз их обманули.

Как правило, такие журналисты знают, что говорят, но загоняют сомнения и муки совести куда-то в глубь души. Им помогают это сделать ласки власти, поддержка какой-то части недовольных или, наоборот, довольных граждан, а также коллеги по работе. Такие же волки в одной большой стае.

Когда мне говорят, что журналисты защищают идеалы и борются за права человека, демократию и прочую мишуру, мне становится не по себе. Хочется закрыть уши и уйти подальше, чтобы не нагрубить, не обидеть говорящего. Я двадцать лет в журналистике и не видел ни одного коллегу, который бы защищал и боролся. Зато видел десятки тех, кто ежедневно в течение всей своей рабочей жизни продавал по дешевке свой дар - ручкой и микрофоном привлекать читателей и слушателей к тому, что пишет или говорит.

Когда молодые люди, которые без году неделя в журналистике, начинают вещать о своей великой миссии - вести людей к добру и справедливости, я их прощаю молча и спокойно. Как правило, молодые журналисты, которые только-только почувствовали, что у них в народе есть имя, талантливы, но очень необразованны. Они мало читали мировой классической литературы, не знают ни истории человечества, ни истории России, не

только ни разу не открывали Священное Писание, но и в руках Библию не держали, о философии и философах имеют глупые юношеские представления. О чем с ними говорить, зачем спорить, какой смысл что-либо объяснять?

Хуже, когда пожившие, много знающие журналисты, редакторы газет, ведущие политических рубрик и программ начинают вещать о такой миссии. У меня одно объяснение их словам: не хватает мужества признать себя человеком, наносящим вред обществу, народу, конкретным людям, живущим с ними в одном городе и одной стране.

Вольтер был великий журналист и публицист. Именно поэтому он нанес человечеству великий вред. Польстившись на свободу, равенство и братство, которое он сулил народу, французы пошли за ним к этим идеалам. И по пути зарезали треть населения государства. Идеалы остались идеалами, а отрубленных голов обратно уже не пришьешь, и толком объяснить, за что они отдали свою жизнь, до сих пор никто не может, хотя прошло уже двести с лишним лет.

Великий Вольтер принес великое зло, наши мелкие современники приносят мелкое зло. Это понятно. Непонятно другое: можно ли журналистику сделать не таким вредным для людей делом. Для меня интересен японский подход к журналистике. Профессиональных кадров там не готовят. Просто открывают широко двери для юристов, экономистов, историков, инженеров, ученых, чтобы те как можно чаще и по любому поводу излагали свои взгляды и мысли. А перед всякими политическими комментаторами от журналистики дверь прикрывают. Нечего баламутить народ своими насквозь продажными "взглядами". В результате, после прочтения японской газеты, как говорил мне мой друг - международник, голова наполнена новыми мыслями, а не новыми эмоциями.

Не доверяю я американской журналистике, хотя по пути объективности в оценке происходящего она продвинулась дальше всех. Но объективность эта после прочтения статьи почему-то всегда наталкивает на мысль, что Америка везде права. Если вспомнить, какой суперобъективной была американская журналистика при своем зарождении (помните рассказ Марка Твена "Журналистика в Тенесси"?), то эта нынешняя объективность - всего-навсего по-дьявольски изощренная субъективность сытого американца.

Найдет ли Россия свой путь в журналистике? Он есть сейчас, а в будущем, похоже, мы по нему заглубимся в чащу зла и вражды еще дальше. Никто, и я в том числе, не пишет ни строчки о любви к ближнему, к тому, кто бросил в тебя камень, к тому, у кого соринка в глазу, кто ударил тебя по щеке. Все пишут о том, что народу плохо. А раз плохо, надо что-то делать. Что делать, никто не знает. Но будоражат народ, пытаются сжать ему кулаки. В итоге народ эти кулаки сожмет. И народу станет еще хуже.

Сейчас очень модно слово "миротворец". Никто не вдумывается в его глубокий смысл. Не в Югославии нам надо быть миротворцами, а в России, в народе, в душах тех, кто нас смотрит, слушает и читает. Может, тогда мы действительно начнем выполнять великую миссию. И из проститутки и киллера превратимся в любящую женщину и мужчину, строящего дом и очаг для нее.

А.Ю.Согомонов

"...ОБЩЕСТВО ЖДЕТ ОТ ЖУРНАЛИСТОВ РЕЛИГИОЗНОЙ ПРИЗВАННОСТИ, ДАЖЕ ИЗВЕСТНОЙ СВЯТОСТИ В ОТНОШЕНИИ ИХ ГРАЖДАНСКОЙ МИССИИ"

"Профессия требует корпоративности". "Моральная ситуация с журналистикой - тоска". "Журналистика - ангажирована". "Если пресса - зеркало общества, то каково общество - такова и пресса". "Пресса обречена работать на хозяина". И т.д. Список афористических высказываний о СМИ, которыми озаглавлены тексты экспертов из первого выпуска "Медиа-этоса", можно продолжить. Но господствующее среди региональных журналистов настроение вполне ясно. При этом общее заключение представителей сегодняшних СМИ о том, что нравственно-психологическая ситуация внутри медиа-сообщества, мягко говоря, *плачевная*, не является неожиданным, оно, скорее, вполне предсказуемо. В известном смысле, такое заключение находится в русле общей тенденции культурного пессимизма, охватившего всё общество.

Прежде всего заметим, что пессимистическая самооценка ситуации внутри своих корпораций характерна буквально для всех постсоветских профессий. "Профессии", которым сегодня приходится конвертироваться из бывшего "советского" в некое новое качест-

во, переживают не лучшие времена и склонны именно к пессимистическим самооценкам успешности этой конвертации. Разумеется, чаще всего эти самооценки облачаются в этические “одежки” и образуют своеобразный постсоветский “напев” о катастрофическом падении нравов профессионалов.

Во-вторых, публичный характер деятельности СМИ естественным образом располагает и внешнего, и внутреннего наблюдателя к оценочным гиперболам. Все, что видимо с фасада, представляется иллюстрацией к общему правилу, само же правило без труда додумывается наблюдателем. И тогда совершенно гармонично складываются мифы о нравственном кризисе ранее “высоконравственной” журналистики.

В-третьих, политико-культурная среда, в которой оказались сегодня федеральные и региональные СМИ, настолько непривычна для “привычных” нашему сознанию оценочных суждений (любая оценка в своей корректности амбивалентна, то есть как бы и соответствует природе наблюдаемого явления, но при этом содержит в себе очевидную фальшь), что происходит совершенно естественное зашкаливание “духа” самой корпорации в сторону мрачного уныния. И к общему хору о медиа-аморализме добавляются ещё и голоса из самой же корпорации постсоветских журналистов.

Однако проблема не столько в том, что и общество, и журналистская корпорация склонны к преувеличенно пессимистическим оценкам профессиональной культуры и нравственных “правил игры” отечественных СМИ, сколько в том, что ни потребители, ни производители массовой коммуникации в стране не владеют навыком современной рефлексии и саморефлексии, не способны адекватно оценить ситуацию.

Истоки этого феномена лежат, как кажется, в исторических условиях *внезапности* открытия принципа свободы прессы в России. Свобода прессы, пожалуй, единственное и, очевидно, самое главное завоевание российской демократии. И, возможно, поэтому, общество относится к нему с такой требовательной заботой и родительской щепетильностью. Впрочем, сказав “завоевание”, мы придаем ореол жертвенности и борьбы тому, что, по сути дела, было просто безвозмездно дарованным. Свобода прессы в постсоветских обществах не стала даже общественным “достижением”. В этом смысле корректнее сказать, что свобода прессы, пожалуй, единственное и, очевидно, самое главное *приобретение* российской демократии - приобретение незапланированное и нежданное. Но к дару, обретенному случайно, и отношение особое. А главное, пожалуй, заключается в том, что свобода прессы существует на фоне все возрастающего ощущения несвободы во всем остальном.

Постсоветский человек не обрел, по существу, ни свободы передвижения, ни свободы хозяйственной деятельности, ни свободы собственности, ни свободы выбора в политической сфере. Только свобода прессы, пожалуй, и поддерживает его в состоянии пассивного сторонника режима постсоветской трансформации. И лишит его этой свободы вряд ли удастся кому-либо из сегодняшних политиков.

Отчетливо понимая уникальность условий свободы в пространстве коммуникации, общество подвергает именно это пространство *испытанию на нравственность*. Профессиональная этика журналиста - та тема, которая буквально не сходит с повестки дня общественных дискуссий. Общество заостряет своё внимание именно на профессиональной этике журналиста, почти не вспоминая про другие профессиональные кодексы. (А этику бизнеса и политическую этику вообще выводит за рамки универсальной морали.)

В итоге сегодня в фокусе общественного этического внимания оказывается одинокая фигура Журналиста, “аморально” использующего всеобщее право на свободу слова, монополизировавшего это право. В отношении постсоветских СМИ мы наблюдаем классическую моральную панику: от журналистов и медиа в целом “ожидается” основная угроза общественной морали и политическому спокойствию. Возможно, поэтому общество не допускает и мысли о том, что Журналист в принципе может жить и трудиться в том же нравственном и психологическом режиме, как представители остальных постсоветских профессий, то есть переживать те же сложности социальной и культурной конвертации.

Учитывая социальную значимость свободы слова в обществе квазисвободы, такую социальную позицию по отношению ко всему журналистскому сообществу понять можно. Но осознавшее на последних президентских выборах всю силу власти СМИ общество требует от представителей отечественных СМИ невозможного - особой гражданской и нравственной святости.

В этом гиперэтическом пространстве рождены все сегодняшние дилеммы профессиональной культуры работников СМИ. Имеет ли журналист право (разумеется, речь идет о нравственном праве прежде всего) на “заказную” профессиональную деятельность? Рынок СМИ - метафора или полноценный рынок медиа-услуг и медиа-товаров? В какой степени журналист обладает правом на ангажированность? Имеет ли право государственная власть учреждать свои СМИ? Где грань допустимой зависимости СМИ от воли и желаний “хозяина”? Какая информация недопустима для публичной коммуникации? Должна ли пресса всегда оппонировать Власти? И, наконец, ограничивается ли профессиональная деятельность СМИ преимущественно передачей объективной информации? И т.д. Самым обширным перечислением подобных дискурсивных вопросов не описать всю сложность взаимоотношений сегодняшних СМИ с обществом.

Но совершенно очевидно при этом, что с деятельностью отечественных СМИ у сегодняшнего российского общества связана *главная* (если не *единственная*) надежда на обретение остальных - пока ещё не обретенных или обретенных не в полной мере - свобод. Кредит доверия к прессе не велик, но всё же он выше, чем к остальным ветвям власти. В народной мифологии пресса была и по-прежнему остаётся последней надеждой на достижение справедливости как на бытовом уровне, так и в масштабах взаимодействия институций. Одним словом, именно с развитием свободной прессы россияне связывают судьбу гражданского общества в стране.

Но в гражданском обществе, как показывает опыт других стран, безраздельно господствует *гражданская религия*, то есть такая система политико-культурных *верований*, которая неизменно гарантирует и подпитывает веру в обществе в демократические ценности и идеалы, принципы и нормы гражданского взаимодействия. (Демократический) Политик и Журналист - миссионеры этой религии и, одновременно, её культурные герои. Их репутация с точки зрения гражданской религии всегда вне подозрения. И именно в этом смысле общество ждёт от журналистов религиозной призванности, даже известной святости в отношении их гражданской миссии. А в России - святости *вдвойне*, поскольку всё политическое сообщество в глазах населения дискредитировало себя и профессионально, и этически. Власть же, в свою очередь, отчетливо осознавая, как от неё уходит былой нравственный авторитет и кредит народного доверия, с *удвоенной* силой обрушивается на СМИ, обвиняя их во всех мыслимых и немыслимых грехах.

Вот почему “греховность” прессы становится любимым сюжетом обанкротившейся политики, которая умело использует в своих прагматических целях энергетику гражданской религии. Будь сегодня в России политические условия чуть более стабильными, отношения власти и СМИ были бы спокойнее или хотя бы “прохладнее”. Однако сегодняшний подход власти к отечественным СМИ иначе как “этической чисткой” не назовешь.

Свобода прессы в России - грандиозный по замыслу и последствиям культурный эксперимент. Именно эксперимент. Ничто не гарантирует сегодня необратимости процесса распространения свободы слова в стране. Как, впрочем, и ничто не указывает на необратимую укорененность этого принципа в сознании постсоветского человека. Эксперимент, надежда на удачное завершение которого мобилизует граждан на стремление к остальным свободам. И поскольку каждому ясно, насколько от успешности этого проекта зависит политическое будущее демократии в России, то социальное отношение к СМИ в нашей стране обретает именно завышенно *патетический* характер. Безукоризненность, суперпрофессионализм, сверхэтичность и, конечно же, беззаветное служение людям - вот тот “скромный” набор общественных требований в отношении медиа-этоса отечественных СМИ в координатах становящегося гражданского общества. *Вместо медиа-этоса - медиа-пафос*.

Медиа-пафоса требуют от СМИ и общество, и власть. И, похоже, они могут своего добиться. Постсоветской журналистике так или иначе придется и самоорганизоваться (из соображений оборонительных), и саморегулироваться (из соображений охранительных). В самом общем виде это будет означать, что на большинство приведенных в начале нашего рассуждения дискурсивных вопросов складывающейся в России медиа-корпорации придется дать недвусмысленные ответы и руководствоваться ими в своей профессиональной деятельности.

А пока “этические чистки” журналистской корпорации будут неизбежно шириться.

Часть 2. Социальная функция журналиста: “зеркало”? “зеркальщик”?

В.С.Горбачев

“...ИМЕННО В ЗЕМНЫХ ВЕЩАХ СЕГОДНЯ И КРОЕТСЯ ВСЯ ПРОБЛЕМА ЖУРНАЛИСТСКОЙ ЭТИКИ”

Поскольку сегодня я уже не “художник слова”, а “начальник”, “издатель”, буду говорить о вещах грубых, совершенно приземленных. Именно здесь, в земных вещах, сегодня и кроется вся проблема журналистской этики. Когда мы говорим о социальной функции журналистики и журналистов, то в своем реальном жизненном облике эта функция реализуется через конкретные финансовые механизмы, фигуры редакторов, издателей, практикуемые ими “правила игры” и т.д.

Да, журналистика - это зеркало. Но вспомним пушкинскую царицу, которой зеркало сказало всю правду о ней. Царица взяла и бахнула это зеркальце об пол. В сфере СМИ отношения сегодня во многом схожие. Есть хозяин “зеркала” - газеты, телекомпании и т.п. и есть человек, которого Р.Гольдберг назвал “зеркальщиком”, а я называю “программист”, который программирует это “зеркало”. Конечно, у любого “зеркала” есть функции утилитарные: прогноз погоды сообщить, программу телепередач, совет врача и т.д. и т.п. Пока дело не доходит до неких оценочных моментов, смотришь в это “зеркало”. Как только встает проблема оценки, “зеркало” программируется. И главный программист - редактор газеты или телекомпании. Это важный момент, который многое в СМИ определяет.

Могу сослаться на “проклятое тоталитарное прошлое”, о котором здесь много говорили. Я проработал редактором “Тюменской правды” при том тоталитарном государстве лет 8. Могу вам сказать, что первый секретарь обкома партии Г.П.Богомяков со мной о газете за эти 8 лет разговаривал раза три, не более того.

Когда я пришел в газету (с телевидения), картина была достаточно занимательная. Любое критическое выступление в газете сопровождалось возмущенным звонком или из обкома партии, а чаще - из районов от секретарей райкома, горкома, особенно по идеологии. Терпел я это безобразие где-то месяц с небольшим. Но как-то пришел на работу в плохом настроении, а когда позвонил очередной секретарь райкома и начал что-то кричать в трубку, я его послал подальше. Затем стал ждать по прямой телефонной связи звонка от Богомякова. Точно, минут через 5-7 звоночек: “Виктор Семенович, ты действительно его послал?”. “Да”, - говорю. “В чем дело?”. Я ему объяснил.

Речь шла о дороге. Приехала в район к прокурору практикантка с юрфака, он начал ее катать по дороге, на которой еще шли ремонтные работы. Доехали они до бригады рабочих, а те выбросили прокурора из машины, машину отогнали. Прокурор вернулся в райцентр, выслал наряд. Арестовали бригадира. Написал об этом наш сотрудник Володя Хренов. Я говорю секретарю обкома, что материал журналиста правильный, у меня документы есть. Он сказал: “Хорошо”. Но трубку свою не положил, и я слышал его разговор с тем самым секретарем райкома. Что он говорил, я не могу передать. Но не в этом дело. Важно, что после этого разговора полностью прекратились все возмущенные звонки секретарей райкомов ко мне. Я разговаривал до конца “царствования” Богомякова только с секретарями обкома. В то время в других городах все было иначе. Мне рассказывал бывший редактор “Уральского рабочего”, как Борис Николаевич после какой-то размолвки за три дня выкинул его из кресла.

И сейчас остаются важными взаимоотношения “программиста” с тем, кому “зеркало” принадлежит. Когда они будут налажены, тогда СМИ будут нормально работать.

В первом сообщении прозвучала формула, согласно которой СМИ должны “обслуживать общество”. Но общество сегодня настолько неоднородно, что говорить о нем как о целом нет никакого смысла. Реальное наше общество состоит из групп: “новые русские”, “старые русские”, пенсионеры, еще кто-то. И СМИ обслуживают эти группы, как правило. Общественные идеалы есть? Но их обслуживают скорее всего литература и искусство, но не журналистика.

Что такое свобода слова по-западному я конкретно понял на давнем семинаре в Москве. Выступала симпатичная девушка, собкор английской "Таймс" в Москве. В то время никто из нас понять не мог - в чем эта свобода? Она очень просто объяснила: "Я служу в газете, которая издается одним из влиятельных сторонников Тэтчер, то есть консерватором. Я тоже тэтчеристка. Поэтому и работаю на эту газету. Я чувствую себя свободно. Если мне разонравится политика "железной леди", я перейду в другую газету, в "Обсервер", которая курируется лейбористами, и там тоже буду себя свободно чувствовать".

У нас свобода слова для журналистов наступила в то время, когда начали появляться новые газеты. Раньше их было всего две - "Тюменская правда" и "Тюменский комсомолец". Потом "Тюменский комсомолец" стал очень демократической газетой, а "Тюменская правда" осталась консервативной. Организовали "Тюменские ведомости" - гибрид. Кстати, "Тюменские ведомости" учредила "Тюменская правда". Потом пошло, поехало. Хочешь - служи здесь, хочешь - в другой газете. Потом радиостанции появились. То же, слава богу!

Но если бы эти газеты и радиостанции могли действительно не существовать, а жить! Потому что в любом случае, каких бы политических взглядов СМИ ни придерживались, жестокий финансовый прессинг уже переваливает через все границы.

В программе семинара есть интересный тезис: "Если общество продажно, то и журналисты не могут быть неподкупными". Нет, могут быть журналисты неподкупными. Я в журналистике уже лет 40 и, честное слово, не взял ни копейки, ни от кого. Но те СМИ, в которых я служил, брали деньги, как и все. Получали за рекламу - будем говорить так. Без этого нельзя. Без этого может быть либо при коммунизме, либо когда население будет настолько хорошо обеспечено, что сможет покупать газеты.

И наконец, о КПД в работе СМИ с читателем, зрителем. По-моему, их КПД никак не равен нулю. В газету, в которой я работаю издателем, приходит более сотни писем, и с каждым письмом идет работа. Ее трудно делать - молодые журналисты на эту работу не идут. У нас ее делает 70-летний ветеран войны, Приходько Виктор Никифорович, который до весны 1943 года успел получить 2 медали, в том числе "За Отвагу", и 2 ордена Отечественной войны I и II степени. Он привык бороться и потому берет эти письма, "штурмует" кабинеты и отвечает читателям.

Р.С.Гольдберг. У меня реплика к благостной картине ваших взаимоотношений с Геннадием Павловичем Богомяковым. А если бы, после вашего матюга в адрес секретаря райкома партии, в этот момент в кабинете Г.П. сидел Б.Н.Ельцин? Как бы обернулось все дело?

В.С.Горбачев. Не знаю. Но знаю и редакции, и редакторов, которыми руководили партийные инструкторы. Кстати говоря, сменилась в Тюмени партийная власть, и не пошла у меня с ними работа. Они хотели все контролировать. Пришлось уходить. Я уже почти ушел, путч помешал.

Этот контроль и сейчас тоже есть. И я хочу еще раз сказать: от того, как себя сумеет поставить редактор, очень многое зависит, чрезвычайно многое, потому что от этой "связки" не уйдешь. Хозяин печатного органа или радиостанции заинтересован в том, чтобы его СМИ выполняли нужные ему функции, он выражает свои личные интересы, интересы группы, своего клана. В региональных СМИ это не очень заметно, а в Москве - отлично. У редактора же газеты, у того, кто непосредственно работает на радиоканале или в газете, задача другая: ему нужно аудиторию получить, это делает он. А общая задача - у того и у другого - получить больше прибыли или хотя бы уменьшить убытки.

Вопрос: Могут быть правовые рамки во взаимоотношениях между издателем и редактором?

В.С.Горбачев. Естественно. Сейчас эти отношения регулируются договором.

Ю.И.Пахотин

«...ПОКА ЗЕРКАЛЬЦЕ ГОВОРIT “ТО ЧТО НУЖНО”, ОНО “ОТРАЖАЕТ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ”. КАК ТОЛЬКО ОНО ГОВОРIT ЧТО-ТО НЕ ТО, ЕГО МОГУТ РАЗБИТЬ»

Еще пять лет назад я отвечал на вопросы В.И.Бакштановского о ситуации в журналистской этике (это опубликовано в “зеленой книге”, потом в других его изданиях, так что процесс размышлений не прерывается). Вот и последнее, по времени, издание - “Тетради гуманитарной экспертизы” - дает материал для размышлений. Кстати, так “кучно” тюменские журналисты еще ни в одном из изданий, редактируемых Бакштановским, не выступали. Много молодых имен. Почитал, удивился, какие мы все-таки разные все, иногда наши позиции диаметрально противоположны.

Мы пытаемся понять свою функцию в обществе. Раньше было проще: журналист - это солдат партии, винтик огромного механизма. А сейчас вот спорим: журналист - зеркало или зеркальщик? Большинство настойчиво говорят именно о “зеркале”. При этом В.С.Горбачев напомнил, что и в наши дни этим “зеркалом” могут шарахнуть об пол. Пока зеркальце говорит “то что нужно”, оно “отражает действительность”. Как только оно говорит что-то не то, его могут разбить.

Это сложный вопрос - является ли отражение жизни в СМИ зеркальным? Наверное, все-таки - нет. В своем ответе для “Тетрадей ...” (1) я сказал по этому поводу, что в идеале единая корпорация СМИ, как выпуклое стекло, может собрать свет в пучок и с его помощью может любую проблему решить - и высветить, и сжечь. Если мы вместе.

Но сама демократия не подразумевает массового единомыслия. Могут ли позиции всех газет быть едиными? Я очень удивился, прочитав, что “все ямальские выступили с осуждением Рокецкого”. Я сразу прикинул: разве смогли бы тюменские газеты однозначно поддержать какую-то идею, например, одну из идей губернатора Рокецкого. Никогда.

В.С.Горбачев. Может быть, на Ямале журналистам больше платят?

Ю.И.Пахотин. Этой репликой В.С.Горбачев перекинул мостик к теме продажности журналистов. Я считаю, что продажный журналист - это миф. Издание - да, продажно, потому что это рынок, газета - это товар. Продажный журналист? Я прочитал мнение одного из коллег в “Тетрадах...”, что если общество продажно, то журналист не может не быть продажным. Но быть журналисту продажным или не быть от общества абсолютно не зависит. И при социализме были ангажированные журналисты. Я помню, как в Азербайджане однажды мне сказали: “ты - журналист и живешь на 120 рублей!? Да я в кино больше с собой беру денег, чем твоя зарплата. Прихожу к какому-нибудь директору завода или колхоза и говорю: вот, я на тебя фельетон написал, на - прочитай. За этот фельетон мне заплатят 50 рублей, а ты мне сколько заплатишь? Тот прочитал и достал столько, сколько мы договорились”. Продажность журналиста - свойство характера. Такие были и в советское время, есть они и сейчас. Ссылка на природу нашего общества - это отговорка. Или придуманный “аналитиками” миф, которым полагается “разоблачать” кто, какая группа сил за какой газетой стоит.

И потом, кому мы можем продаться? Я на 100% уверен, что всем нам, сидящим на семинаре, напропалую, каждый день никто, ни за что деньги не предлагает. Мне, например, ни разу. Ну, может быть, пару раз. А уж если мы все же “продаемся”, то - власти. Власть по-прежнему содержит газеты, если не все, то на уровне регионов. Поэтому утверждения о продажности журналиста, работающего в газете, издаваемой властью, - по меньшей мере, спорно.

У нас сегодня непонятная модель развития СМИ. Я помню, как Полторанин предлагал модель независимости СМИ, по которой запрещалось органам власти и управления быть учредителями газеты. Пока этого не будет, для СМИ, у которых власть является учредителем, о свободе печати, о свободе слова говорить не приходится. Раньше была партийная зависимость, сейчас - экономическая. Свобода СМИ нужна лишь оппозиции. Правда, когда-то Ленин говорил, что большевики, придя к власти, создадут самую свободную прессу. И через 15 дней после их победы взял и закрыл все оппозиционные газеты. И так на каждом этапе нашей истории: оппозиция стремится к власти, всякими методами поощряет свободу слова, создается масса новых газет, газеты перекупают, в этом

процессе кормятся журналисты... Мы убедились на своем региональном уровне, как эти процессы происходят. Но вот оппозиция получила власть. Обещанные меры по поддержке прессы так и не принимаются. Газеты у нас зависят от власти тотально. Что же тогда говорить о какой-то продажности журналистов? Раньше они служили партии, сейчас - администрации области.

Вспомним канун заката партии. Это и была свобода. Пресса была важнейшим элементом общества, журналист - суперличностью. Постепенно все это начало уходить. И сегодня снова актуален клич, брошенный в одной из публикаций: мы снова должны вернуться к прежним лозунгам - больше гласности, больше демократии.

При этом надо учесть, что сложный процесс взаимодействия власти, общества, журналиста и его издания настолько исподволь управляем, что когда какой-то силе понадобится свобода слова, появятся деньги для того, чтобы издания выходили, чтобы они были дешевле, чтобы они распространялись миллионными тиражами. Все появится, как по мановению волшебной палочки. Мы уже в этом убеждались - помните газету "Не дай бог!". Расцвела, когда понадобилась, потом исчезла.

Два последних замечания. Первое - о системе грантов. Одно время, когда Лев Савельевич Березин был начальником департамента, была эта очень здравая идея. Но ее моментально задушили, обезличив фонд поддержки СМИ. А ведь при наличии таких грантов наши СМИ могут быть относительно свободными - сами читатели долго еще не смогут оплачивать свободу наших газет. Идею грантов успешно задушили, потому что реально наша свобода не нужна действующей власти.

Второе - о том, как мы на потеху публике начинаем долбить друг друга в своих газетах. Простому читателю это не нужно, а мы сами с удовольствием читаем. Мне кажется, что одна из важнейших этических норм СМИ - на потеху публике не долбить друг друга. Один из первых постулатов этических - мы работаем для читателя и должны публиковать лишь то, что нужно читателю.

Другое дело - эффект от нашей ориентации на интересы читателя. Вот В.С.Горбачев сказал, что его газета активно работает с читательскими письмами. Мы тоже очень много писем получаем, правда, другого содержания. Но надеяться, что газета сегодня может что-то решить в связи с обращениями читателей - это все-таки иллюзия. Наша задача - решать общие проблемы города, региона, страны - делать так, чтобы система работала. Чтобы не журналист писал о бедах читателей и добивался решения их проблем с помощью редакторов и подключением каких-то институтов, а чтобы над решением житейских проблем наших читателей работали те, кто должен работать. Мы должны делать так, чтобы эти проблемы регулировались без нас.

И последнее. Я вчера в "Комсомолке" прочитал анекдот. Герасим везет Муму топить, и поскольку ему неловко, он глаза прячет. Муму смотрела, смотрела, потом и говорит: "Герасим, что-то ты сегодня не договариваешь?" У нас в СМИ так же. Мы, как Герасим, недоговариваем, а читатель - Муму - должен догадываться по разным признакам, правда ли то, что мы говорим, или отстаиваем интересы некоего хозяина. Лучше было бы откровенно говорить: я служу такому-то хозяину и выражаю его позицию.

Обсуждение сообщения

В.С.Горбачев. Я уже говорил в кулуарах семинара: для того, чтобы СМИ жили по правилам, само общество должно жить по правилам. Мне понравился лозунг в одном из номеров "МК": "В нашей стране все делается через задницу, кроме клизмы". В наших СМИ, извините за грубость, все делается таким же образом. И когда мы пытаемся, со ссылкой на западные образцы, говорить о профессиональной этике, получается не очень корректно.

Общество у нас сегодня действительно специфическое. Хороший комментатор Петраков обратил внимание на то, что наш президент, с одной стороны, выбран по самой что ни на есть демократической конституции, с другой стороны - его власть почти монархическая. И на всех уровнях с нашей властью так же. Поэтому может ли журналист сказать в ответ на письмо читателя о помощи: пойдешь сам в ЖЭК. Но ведь по жизни все не так - ты еще туда пробейся, прежде чем что-то сделать.

Е.Шаров. Вы говорили о мифе продажности журналиста. Но разве в формировании этого мифа не участвуют сами журналисты?

Ю.С.Пахотин. Я думаю, они это делают уже тем, что крутятся на тусовках. Ведь обычный журналист никогда не оплатит счет за банкет. Оплачивают другие. Так и формируется миф, даже если кто-то оплачивает счет не прямо за то, чтобы он написал нечто определенное, а за влияние на него.

Ю.В.Казakov. Благодаря двум последним выступлениям, мы наконец-то вышли на тему власти, как на ситуацию совершенно естественного ограничения любой профессиональной журналистской этики. Только что Р.С.Гольдберг показал мне свою газету, а в ней замечательное постановление губернатора о новом порядке аккредитации журналистов при областной администрации. Идет тотальное огосударствление деятельности СМИ. Возьмем принудительную муниципализацию СМИ или принудительное превращение СМИ в унитарные предприятия. Все "районки" отошли к областному департаменту. И это уже не спонсирование, а прямое вынуждение к сожительство.

И я хочу понять, как должна отреагировать слабая, разбитая, разбросанная, но все-таки еще живая профессиональная общественность, у которой есть хоть какая-то, слабая, но все же конкурентная среда, есть хоть какая-то возможность говорить не только то, что хочет власть, как эта общественность должна реагировать на такого рода распоряжения? Заступить за "районки", сказать, что таким распоряжением заканчивается свобода профессии?

Может быть, все же есть серьезный повод для беспокойства о том, как сохранить себя в этом пространстве в качестве профессиональной прессы? Если предположим, говорить, вслед за Ю.В. Коваленко, о прессе как о посреднике между властью и обществом, то посредник должен быть квалифицированным, а квалификация его начинается с определенного уровня независимости - иначе ты прокладка, а не посредник. И мы в такой роли уже служили: с честными глазами старались "как лучше". Я не знаю журналиста, который был бы продажным от рождения. Правда ведь? Но получалось, что все время мы оказывались лишь прокладкой. Власть не так сделает, а журналист как бы извиняется перед народом и говорит власти: не будь сволочью последней, исправь, пожалуйста, положение, а я отвечу на письма.

Как поступать в нашей новой-старой ситуации? Где проблемы собственно профессиональной этики, а где надо ставить проблему информационного обеспечения граждан, права граждан на информацию?

Ю.С.Пахотин. У нас региональная пресса также муниципализируется.

Л.С.Березин. До настоящего момента, насколько я знаю, районные газеты учреждены районными администрациями и подлежат ежедневной пристальной опеке и ограничениям. Передача "районки" в ведение областной администрации призвана освободить их от давления местного начальника. Чтобы газеты, сократив уровень своей иерархической подчиненности, были менее зависимы. Это не бог весть что, но, я считаю, это дает большую степень свободы. Районные журналисты идут на это, потому что им в своем районном центре деваться вообще некуда.

А.И.Иванов. Мы все с осуждением говорили о продажности журналиста, а я сижу и думаю, что районный журналист готов продаться кому угодно, но его никто не берет. По моему, Юлия Коваленко говорила о том, что журналистов "пользовали" как во времена коммунистические, так и сейчас пользуют. Но тогда платили, а сейчас не платят. Вы представьте себе - 20 человек, работников редакции, живут на 300 рублей в месяц. Готов этот журналист продаться? Конечно, готов. Но - кому?

Ю.С.Пахотин. Может быть, потому и не покупают, что готов?

А.И.Иванов. Но зато "пользуют". Раза четыре в месяц получаем бумаги - "срочно опубликовать в районной газете". Как было во времена оные, так и сейчас: "хотя не читал я эту книгу и не знаком с тем писателем, но я его осуждаю". И районные газеты это делают. А теперь будут еще активнее, поскольку платит новый учредитель - администрация области.

В этих условиях смотрю я на программу семинара и странным кажется спор: журналист - "зеркало" или "зеркальщик"? Да никто он! Районный журналист - никто. Он не "зеркало" и не "зеркальщик". Его вообще нет. На зарплату в 250 рублей идет не журналист, а кто угодно: агроном, слесарь, лишь бы только быть "пристроенным". О каких высоких ма-

териях можно думать с этими журналистами? А как в таких условиях редактору быть “программистом”?

Но я все-таки за то, чтобы газета была действительно “зеркалом” общества, а уж кем будет журналист - не суть важно.

С.В.Суразаков. По поводу выступления А.И.Иванова у меня возникло возмущение. Я, конечно, не знаю уклада жизни Ялуторовска, но у вас ведь есть предприятия, в вашем районе? Есть. Сколько? 72 предприятия. И вы, редактор газеты, говорите, что за 250 р. никто работать не будет? Так, боже мой, научитесь продавать свой труд, свой талант.

А.И.Иванов. Сережа, я тебя прерву. “Наше время” научилось продаваться? Да? Сколько у вас тираж?

С.В.Суразаков. Я не знаю. Это не моя головная боль, какой тираж у моей газеты.

А.И.Иванов. У вашей газеты тираж не более трех тысяч, а вы - областная газета. У меня - районная и тираж 8 тысяч. Кто же лучше продается?

С.В.Суразаков. Но Вы говорите, что ваши журналисты плачут. А я никогда никому не сказал: “как мне плохо, какой я нищий, как плохо я живу”. Я сам продаю свои материалы, я - и журналист, и продюсер одновременно. Бывают дни, когда мои материалы, продаваемые мной же, приносят газете солидный доход.

С.В.Суразаков

***“...ДЛЯ СВОЕГО НАЧАЛЬНИКА Я БЫЛ ПАРТНЕРОМ ПО БИЗНЕСУ.
ДЛЯ ОПЕРАТОРА - УГОЛОВНИКОМ, ДЛЯ СВОИХ ЗРИТЕЛЕЙ - ЖУРНАЛИСТОМ,
А ДЛЯ СЕБЯ - СЕРГЕЕМ СУРАЗАКОВЫМ”***

Я не случайно взял для выступления тему, связанную с социальной функцией журналиста, она мне особенно интересна. Мне 26, кризис 25 лет преодолен, как мне кажется. Были разные состояния души, разные настроения. Сейчас я ощущаю вхождение в зрелость, во взрослость.

Эта тема мне интересна и по другой причине. Я отличаюсь от многих тюменских журналистов, потому что мое образование - специализированное. После суворовского училища я поступил в Военно-политическое училище во Львове на факультет военной журналистики. И с первого курса готовил себя к тому, чтобы обслуживать армию. Армия - это отдельный цех, общественный институт, жить и работать в нем значительно проще, чем в гражданском обществе. Потому что в армии есть устав. Если действуешь по уставу, завоеешь честь и славу.

Я начинал учиться в 1990 году в советской стране, а окончил училище в 1994-ом уже в независимой России. Поступал на Украине, а выпускался в Москве. Выезжал на стажировку в дивизии, в каждой из которых своя малотиражная газета. Приезжая туда, понял, что не хочу ставить на себе крест: государство плюнуло на армию, но я-то на себя не плюнул. Уволился, в 1995 г. вернулся в Тюмень, к родителям.

Встал вопрос: чем же заниматься? Спортивное прошлое открывало прямую дорогу к бандитам, к рэкету. Гражданская профессия журналиста - в журналистику. Были еще какие-то мысли по этому поводу. Выбрал журналистику, свое ремесло, то, чему я учился. Меня никто не знал, но знали моего отца. Помогла моя фамилия или нет, не знаю. Но когда я начинал свой путь журналиста, меня всегда спрашивали: “Валерий Ильич Суразаков это не ваш отец?”. Было обидно, потому что я оказывался как бы “номером вторым”, вслед за своим отцом. Но свою жизнь я все же строил сам.

Поработал в журналистском цехе “простым рабочим” (начинал в службе информации радиостанции “Европа+ Гермес” корреспондентом). Потом - на телевидении Сергея Петровича Атрошенко. Теперь я газетчик. Меня это устраивает: узнал радио, телевидение, сейчас узнаю газету.

Где бы я ни работал, мне было интересно наблюдать за людьми, общаться с ними, анализировать их поступки, отношения, взаимоотношения и т.д. В какой-то момент родилась идея программы “Четвертая власть”. Был хороший повод - выборы. Я нашел человека, который согласился оплатить этот проект, и, выполняя его социальный заказ, продал свой проект (а не продался сам!), свои мысли, идеи. Отрабатывая эти деньги, я изучал

журналистский цех изнутри. Каждую свою программу начинал с опроса. Спрашивал журналистов, спрашивал на улице: «Что такое “четвертая власть”?» Отвечали по-разному. Р.С.Гольдберг: "Власть - кому всласть". Редактор "Тюменских известий": "Какая мы власть? Забуди!". Виктор Семенович Горбачев: "Да, такая власть есть, но она управляема Властью". Я встретился с В.Познером, когда он приезжал в Тюмень, и он сказал мне: "Конечно, СМИ - это “четвертая власть”. Но журналисту всегда надо помнить, на кого он работает. Он работает не на владельца СМИ, а на зрителя, читателя, слушателя”.

А я все думал: "Журналисты работают на читателя, для зрителя, для слушателя. А какова же цель конечная? Что мы должны нести? Хорошее или плохое? Добро или зло? Говоря о гражданской функции журналиста, невольно начинаешь задавать вопросы о нравственной стороне своей деятельности.

Нравственность. Очень сложно говорить об этом. Помню, я приходил в "Тюменскую правду" в тот самый момент, когда Виктор Семенович Горбачев впервые заговорил о том, что собирается подать в отставку. И в рамках своей программы "Четвертая власть" я стал в редакции "Тюменской правды" спрашивать мнение журналистов, проводить маленькое журналистское расследование: в чем причина, почему? Оказывается, причина житейская - деньги. Одни, так сказать, "гребут" под себя, ущемляют других и т.д.

Екатерина Плетнева сказала, что я с ней поступил неэтично. Надеюсь, вы объясните почему? Я действовал в рамках своей работы, ничего более. И многим эта моя деятельность нравилась. Потому что они через эту программу, через этот сюжет защищают свои интересы. Другим не нравилась, потому что их интересы моей программой ущемлялись. Но конечная цель журналистов - выявить правду. И этот вывод не только по поводу раскола "Тюменской правды", а к любому информационному сюжету - в чем правда?

Согласитесь, что мы нередко лицемерим. Поднимая любую проблему, касаемся ее лишь поверхностно. Копнуть глубже нам не позволяют либо страх, либо цензура наших редакторов, либо нежелание лезть глубже, чтобы самому не испачкаться до ушей. И этот цинизм, лицемерие меня коробит. При этом, говоря о гражданской функции журналиста, следует рассматривать и вопрос о допустимости самого ее существования. Журналист несет аудитории свою идею, свою оценку происходящего, невольно навязывая их. А общество принимает или не принимает эти идеи и оценки. Чаще - принимает, на подсознательном, может быть, уровне. Так имеет ли право журналист давать свои оценки, заведомо зная, что его работа поверхностна?

Начиная программу "Четвертая власть", я показал ее Атрошенко, и он сказал, что меня с этой программой остановят на первом же серьезном общественно-политическом сюжете. И оказался прав: программа закончилась тем, что против меня возбудили уголовное дело по факту терроризма. И вместо того чтобы искать новых инвесторов для своей программы, я доказывал в следственных органах, что лишь хотел рассказать правду. В конечном итоге наступила глубочайшая депрессия.

С.А.Фатеев. Вы считаете себя правым, когда в известной конфликтной ситуации с вашей программой применили неправовые методы? Я поставил себя на место руководителя той телекомпании, в которой произошел инцидент, и решил, что поступил бы точно так же, как и он.

С.В.Суразаков. Моя версия такова. Программа "Четвертая власть" - телекомпания "Параллак" - была оплачена спонсором полностью. Огромные деньги - три месяца программа выходила в эфир. По контракту 13 декабря был последний выход моей программы. Завтра - выборы. Значит, 13-го декабря запрещена всякая политическая реклама. Я сидел в монтажной. Во время монтажа программы мне все время звонил генеральный директор. Его можно понять, он боялся, как бы чего не вышло, ибо среди его учредителей - администрация области. Он спрашивал постоянно, три звонка было, я отвечал: "то-то, то-то, приезжай посмотри". Сказал, что приедет, но так и не приехал. Я закончил монтаж, оставалось 20-30 минут до эфира. Кассету надо было везти на телецентр. И вдруг он звонит: "Ты хороший парень, но я принял решение твою программу снять". - "Но ты же не видел!". - "Я решил подстраховаться, Сережа, не мне тебе объяснять, сейчас такое время, а ты можешь выкинуть всякое. Я решил снять твою программу".

Я работал над программой неделю, она была заявлена в телевизионной программе. И он мне говорит, что снимает ее. Он - не просто мой начальник, а мой партнер по бизне-

су (это я устроил ему эти деньги, его канал раскручивается благодаря моей программе)! Я поехал на телецентр, зашел к оператору, закрыл за собой дверь, отдал ему кассету и говорю: "Давай, запускай. Зритель ждет, люди, для которых я работал, ждут". Тому ничего не оставалось делать.

Считаю, что я прав на 100%. Если бы повторилась эта ситуация, поступил бы точно так же. Нужно было бы вооруженное вторжение - я пошел бы и на это.

Обсуждение сообщения

Ю.В.Казakov. Скажите, пожалуйста, Сергей Валерьевич, это не оговорка, когда Вы сказали: "Я обратился к нему как к партнеру по бизнесу"? Ведь одна из самых вредных вещей, которая может случиться с журналистом, - это перепутать свою профессию.

С.В.Суразаков. Для своего начальника я был партнером по бизнесу. Для оператора - уголовником, заставляющим выпустить программу в эфир, для своих зрителей - журналистом, а для себя - Сергеем Суразаковым.

В.Кабакова. Как бы ты сформулировал социальную функцию журналиста, свою гражданскую позицию?

С.В.Суразаков. Нести информацию народу, оценивать ее, понимать, что кто-то ее принимает, кто-то - не принимает. Можем ли мы говорить о своей гражданской функции в обществе, которое изначально запрещает нам свободу суждений, запрещает нам нести реальную правду?

Е.В.Горбачева. Отбор информации самим журналистом может быть профессиональным или непрофессиональным. Ты выступаешь против цензуры над журналистом. Но профессиональный журналист должен не только подчиняться редакторской цензуре, но и иметь свои собственные тормоза, уметь определять, допустим, то количество критического материала, которое необходимо читателю.

С.В.Суразаков. Мне, конечно, хочется научиться профессионализму. Я поэтому и говорю об этом вслух, не скрываю, не стесняюсь: хочется научиться. Но иногда "заносит".

Ю.И.Пахотин. Я думаю, сейчас бы Сергей не захватил телестудию. Он сам сказал, что преодолел 25-летний рубеж. Я знаю, что такое армия, сам долго служил, офицер. Знаю, что такое армейская дисциплина. Ведь его всю жизнь учили боевым действиям. Вот и в гражданской жизни он продолжает те же боевые действия, но с мирными гражданами. Психология его сформирована в духе быстроты и натиска, нацелена на победу. Многие вещи он не понимает, потому что в армии действительно все проще: "Вот враг, вот друг, вот союзник, вот тебе БТР, вот тебе цель". Ему очень тяжело адаптироваться.

Как он сделал себе имя? Я, например, узнал, что есть такой журналист Суразаков не потому, что он сын Валерия Ильича, которого я знал как депутата областной Думы, а после этого скандала. Паблисити было великолепно сделано. Он решил, что можно рискнуть даже подвергнуть себя уголовному преследованию, для того чтобы его моментально вся область узнала. Можно достигать своей цели любой ценой. Может быть, инстинктивно, спонтанно, но шаг сделан эффектный.

Я после этого стал наблюдать, следить за его публикациями. Он в общем-то прогрессирует. Поэтому я и считаю, что ничего подобного он бы сейчас не совершил. Сегодня он другими способами может добиться того же результата - быть на слуху. Мне кажется, мы преувеличиваем его стремление быть разрушителем этических устоев.

С.В.Суразаков. То что наш журналистский цех раздроблен, расколот по интересам и позициям - это одно. Но взаимоотношения журналистов внутри этого цеха - другое. Пользуясь сегодняшним случаем, я хочу принести публичное извинение Людмиле Караваевой за нанесенную, уверяю, не специально, обиду.

В.А.Самойлик. Здесь говорили о том, что социальная функция СМИ - быть "зеркалом". Я же предпочитаю говорить, что функция прессы - адекватно отражать жизнь. В этой связи отмечу недостаток, думаю, не только тюменской, но и вообще региональной прессы: на страницах наших СМИ доминируют материалы ведомственных информационных агентств или агентств, которые содержит администрация области. У нас про милицию пишет пресс-центр УВД, Госавтоинспекция пишет сама про себя, Налоговая инспекция - сама про себя. И вся эта информация дается, за исключением разве что "Тюменского

курьера" и радиосети, без всякой обработки. В разных газетах - одни и те же заголовки, данные этими пресс-центрами. От чего мы ушли - от пресс-центров при главках в советское время, к тому и возвращаемся? И если В.Строгальщиков написал в "Тетрадах...", что из сообщений центральной прессы можно составить мозаичную картину жизни, то из-за особенностей информационных материалов тюменской прессы такую картину не составишь.

Второй момент. "Зеркало" - это одна из функций газеты. Вспомните, Екатерина Плетнева сказала, что она работает методом кинокамеры, ибо не хочет поучать своих читателей. Но есть ведь у прессы и функция комментария, обозревателя. Раньше партийная пресса учила, сколько навоза куда вывозить. Потом появилась другая крайность. Газеты стали как бы говорить читателю: "Мы расскажем вам что и где произошло. Читатель не глупее нас, сам поймет, сделает выводы". А читатель теряет возможность сверить свое мнение о каком-то событии с мнением других людей. Поэтому мы должны выполнять еще функции комментатора, обозревателя, давать не только картину событий, но и сталкивать мнения.

Участники семинара активно обсуждают вопрос о продажности журналистов. Но мнение о продажности прессы запущено теми людьми, которые хотят объяснить, почему пресса пишет так, а не иначе. На заседании областной Думы один из руководителей области сказал: "Эта статья заказная. Правда, я ее не читал". А я прекрасно знаю, что это не заказная статья, просто журналист сам захотел взять интервью. А мы подхватили этот миф и начинаем себе головы пеплом посыпать, утверждать, что мы все продажные.

Поиском денег обычно занимается редактор. Но часто и весь журналистский коллектив занят этим поиском: журналисты пишут материал на заказ, приносят деньги для редакции, получая, естественно, процент. И в результате мы видим, что видим. Понятно, газеты - не газвода, не рубашка, не ботинки, это совершенно другой продукт. Но тем не менее в газете должен быть специальный человек, который рассматривает ее именно как товар, - менеджер.

Л.В.Караваева. По поводу продажности журналистов. Мне кажется, есть более покупаемые (не продажные, а именно - покупаемые) журналисты, то есть те, на которых заказчики делают ставку. Например, им известно, что на такую-то тему данный журналист сделает материал как надо. Поэтому, говоря о продажности журналиста, мы, может быть, не о том говорим. Продажность - это когда человек, наступая на горло собственной песне, делает нечто недостойное.

Ю.В.Казakov. Давайте попробуем более четко понять значение слова "продажность". Ведь у нас здесь возникла версия, по которой если у журналиста хорошо продаются материалы, - это нормально, хорошо, что журналист продажный. Если газета раскупается, - значит хорошо, что продажная газета. В этом ничего страшного нет.

Собственно продажность начинается, например, там, где есть изменение позиции журналиста или СМИ за деньги. Одно дело - просто сделать рекламу. Даже если вы взяли деньги за рекламу, опубликовали ее, но для меня, читателя, не отметили, что этот материал "на правах рекламы", т.е. дали скрытую рекламу, это все же не продажность. Это дурной, не квалифицированный, с точки зрения профессионального журнализма, способ пополнения кассы. Это отступление от норм журналистской этики. Другое дело, если сегодня за одни деньги вы кого-то похвалили, а завтра, взяв деньги у иного заказчика, того же человека, или фирму, обругали. Да еще и использовали для этой манипуляции лучше-го журналиста, у которого есть имя, доверие читателя.

Проблема гражданственности как проблема кризиса в СМИ возникает потому, что это не просто внутренний кризис самой корпорации, а кризис в ее взаимоотношениях с обществом. И начинается он там, где теряется доверие: ты меня обманул, ты позицию свою за деньги изменяешь. Кстати, не обязательно за деньги. Мы говорим "продажный" про того, кому дали 8 копеек или 5 рублей. А он просто льготы будет завтра получать, его, например, будут допускать куда-то. И вот уже пошла смена позиции, продажность без прямой конвертации позиции в деньги.

В.И.Бакштановский. Я выражаю признательность Сергею Валерьевичу за то, что он на такую открытость решился. Я благодарен аудитории, которая корректно на эту открытость реагировала.

Елена Кох завершает вторую тему семинара.

Е. О. Кох

**“... ЧТОБЫ ВЫСКАЗАТЬ МНЕНИЕ, С КОТОРЫМ
БОЛЬШИНСТВО ЧИТАТЕЛЕЙ НЕ СОГЛАСИТСЯ, НУЖНО БОЛЬШЕ МУЖЕСТВА,
ЧЕМ ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ СПОРИТЬ С ВЛАСТЯМИ”**

На вопрос, являются ли средства массовой информации “зеркалом” общества, нельзя ответить однозначно, поскольку эту проблему можно рассматривать с разных позиций. Утверждение о том, что СМИ должны быть зеркалом, иногда трактуется как требование точности и достоверности в отражении реальности. Чаще имеется в виду требование непредвзятости в освещении той или иной ситуации. С этим, конечно, необходимо согласиться. Но часто от журналиста требуют большего – полностью отказаться от выражения личного мнения, собственной оценки. Считаю, что это тот случай, когда разумное требование, доведенное до крайности, становится абсурдным.

Журналист отражает не только реальность, которая его окружает, но и собственный внутренний мир. Важно только, чтобы и это отражение было точным. Иными словами, нельзя выдавать чужое мнение (например, мнение “заказчика”) за собственное.

Журналист, заявляющий “я не хочу никого учить”, прав. Тем не менее нельзя забывать о том, что средства массовой информации влияют как на общественное сознание, так и на сознание индивидуальное, независимо от воли людей, создающих эти СМИ.

Абраам Моль в работе “Социодинамика культуры” отметил, что элементы культуры человек часто усваивает, черпая их наудачу из потока сообщений, поступающих по каналам средств массовой информации. Таким образом фактические ошибки, которые мы допускаем, в том случае, если читатель их не заметит, могут стать основой его заблуждений. Влияние СМИ на “оснащение ума” – это только один аспект проблемы. СМИ способны влиять и на другие элементы разума, например, критичность. Можно согласиться с утверждением, что “читатель – взрослый, сам во всем разберется”. Однако нельзя забывать о том, что сама способность “разобраться” формируется также и СМИ.

Среди факторов разрушения критичности я бы выделила банальность и однозначные суждения.

На страницах печатных изданий Тюменской области, а также в радио- и телепередачах не раз встречался риторический вопрос “Почему мы не живем, как в Арабских Эмиратах?”. Постепенно в сознание тюменцев внедрялась мысль, что все они имеют право на такой же высокий уровень жизни, как и жители ОАЭ. В период избирательной кампании на пост губернатора Тюменской области один из кандидатов использовал эту банальность вполне сознательно. Он пригласил группу пенсионеров в туристическую поездку в Объединенные Арабские Эмираты. Поездка была широко разрекламирована в СМИ. Цель ее, по заявлению кандидата, – демонстрация того, “как можно жить, если правильно распорядиться нефтью”. Избиратели, судя по всему, должны были сделать вывод о том, что будут “жить, как в Эмиратах”, если изберут вышеупомянутого кандидата.

Вряд ли бы этот вывод казался столь “очевидным”, лежащим на поверхности, если бы общественное сознание не было подготовлено к этому банальностью. Расчет в данном случае был сделан на снизившуюся критичность граждан (этому способствовала банальность). Кроме того, были усыплены нравственные сомнения участников поездки (они поверили, что их вовсе не подкупают, а просто приглашают в качестве экспертов).

Конечно, далеко не у всех реципиентов, встречавших в СМИ вопрос о том, почему они не живут, как в Эмиратах, сложилось мнение, что дело только в “неправильной власти”. И далеко не все избиратели поверили, что для жизни, “как в Эмиратах” достаточно выбрать кандидата, который организовал экскурсию. Однако при преднамеренном манипулировании сознанием возможность “разоблачения” манипулятором во внимание не принимается. Он вовсе не стремится убедить всех читателей – довольно убедить определенное число людей, достаточное для того, чтобы оказать влияние на те или иные события (в данном случае – на исход выборов). Причем расчет заранее делается на людей с низкой способностью к самостоятельному суждению.

Итак, в вышеприведенном примере мы имеем дело с речевым явлением – банальностью. Причиной его возникновения в информационном поле сначала явилось подражание, а только затем – преднамеренная попытка манипуляции сознанием реципиентов.

Способность противостоять манипуляции зависит от того багажа, который читатель может противопоставить ей. А багаж этот формируется во многом именно средствами массовой информации.

Применение категорического суждения в качестве ораторского приема, придание статуса очевидности тем тезисам, которые нуждаются в доказательстве, исследовались многими авторами. Такие явления часто возникают не из желания манипулировать сознанием, а просто из-за лени журналистов, не считающих нужным что-то доказывать или действительно уверенных в очевидности своих суждений. Полагаю, что чем чаще сталкивается читатель с подобным приемом, тем больше страдает его критичность, поскольку из фиксируемого сознанием нарушения “правил игры” явление превращается в нечто обыденное, само становится “правилом”.

То же самое можно сказать о таком явлении, как цинизм, разрушительно действующем на способность человека оценивать ситуации с нравственной точки зрения. В качестве примера приведу заметку из “Комсомольской правды” о наводнении в Гондурасе с огромными жертвами. Заметка начиналась с анекдота: “Что-то меня Гондурас беспокоит”.

Однократная встреча читателя с тем или иным фактором разрушения разума вряд ли способна повлиять на сознание читателя. Думаю, что здесь имеет значение частота появления таких явлений в потоке сообщений, воспринимаемых реципиентом. Это не снимает ответственности с отдельного журналиста. Я думаю, все мы в этом вопросе должны быть экзистенциалистами.

Когда говорят о зависимости журналиста, чаще всего имеют в виду его зависимость от власти. Однако есть не менее серьезная проблема – зависимость от мнения большинства. Сегодня для того, чтобы высказать мнение, с которым большинство читателей не согласится, нужно больше мужества, чем для того, чтобы спорить с властями.

Ведь журналистам, как женщинам, так и мужчинам, присуще желание нравиться. А читатель, как это ни прискорбно, чаще всего ждет от журналиста, чтобы он высказывал его, читателя, мнение. Кто-то выполняет этот “заказ”, блестяще формулируя то, что хотел бы услышать читатель, кто-то, менее талантливый, просто повторяет митинговые заклинания и тоже получает свою порцию одобрения. И вместо отражения реальности общество имеет отражение своих собственных заблуждений.

В проблеме взаимоотношений “СМИ – общество” есть еще один аспект - востребованность той журналистики, идеальную модель которой мы здесь рисуем. Востребованность, впрочем, есть. А вот существует ли спрос – в рыночном понимании этого слова? Согласен ли читатель заплатить в несколько раз дороже за газету в несколько раз более качественную? Но она будет уже в несколько раз дороже по себестоимости, от этого никуда не денешься. Во-первых, за независимую газету читателю придется платить те деньги, которые платят обычно учредители, спонсоры. Во-вторых, честная добыча информации стоит денег. Денег стоит и проверка информации “на несколько раз”. Деньги нужны и на такую зарплату журналисту, чтобы ему и в голову не приходило “прирабатывать” ни заказными материалами, ни рекламой, ни пиаром.

Дело не в материальном положении читателя – рано или поздно оно улучшится. Дело в менталитете. В привычке к мысли, что за все нужно платить, в том числе и за качество того, что читаешь.

Обсуждение сообщения

NN. Мы все больше становимся не “зеркалом” и не “зеркальщиками”, а мифотворцами. Получается так потому, что слишком много запретов и извне, и внутри. Внутренние цензоры - командиры, извне - власть и читатели, зрители. В итоге мы и приходим не к анализу ситуации, о чем мечтает В.Самойлик, не к публицистике, а, наоборот, к мифотворчеству. Здесь, может быть, сказывается и отсутствие некоего профессионализма и собственной позиции, и, может быть, то, что мы не умеем или боимся заглядывать куда-то дальше. В те времена, когда были запреты, у нас внутри была какая-то цель, мы что-то хотели изменить в этом обществе. Причем знали, как менять - “в лучшую сторону”. Мы

желали для этого общества лучшего. А теперь мы запретили себе глобально мыслить, не видим выхода из общественного тупика. Потому склонны заниматься мифотворчеством.

Ю.В.Коваленко. Пиаровская работа отличается от рекламной, у нее и у рекламы совершенно разные сферы деятельности. Когда работает именно пиарщик, он обязательно указывает, что его информация - это пиар. Если человек скрывает, что он работает в сфере пиар, тогда это уже иной вид деятельности, например, поиск средств к существованию и т.д.

Ю.И.Пахотин. Это пиар, но наш - российский, местный. Ты идешь от глобального понимания, а у нас нет особых пиаровских технологий, у нас пиаровцы - это все бывшие журналисты.

Е.Шаров. Затронута важная тема. Пытаюсь заняться пиаровской деятельностью пока на уровне любительском и на уровне теоретическом. Полностью согласен с Ю. Коваленко: у пиарщиков есть как бы своя этика и свой кодекс этики. Предложение к Владимиру Иосифовичу Бакштановскому: провести отдельный семинар именно по этике пиар. Это было бы очень интересно.

В.И.Бакштановский. Предложение о проведении семинара для меня очень соблазнительно, но я боюсь, что тема этики пиаровской деятельности еще более трудна для обсуждения, чем тема этики СМИ. Мало найдется людей, которые захотят ее обсуждать, тем более, с конструктивной целью. Я интересуюсь соответствующими публикациями в СМИ; знаю, что пиаровцы пытались для себя вырабатывать некоторые правила игры, но потом сдавались, ибо трудно добиться их соблюдения.

Ю.В.Казakov. Три реплики. Настоящий пиар не надо путать с не-пиаром. Настоящий пиар, слава богу, основывается на целом пакете профессионально-этических кодексов. Достаточно вспомнить Лиссабонский кодекс. Настоящий пиар перестает быть настоящим как только выясняется, что он переворачивает кодекс, начинает играть на другом поле, в другом режиме, забывая даже, что в этом кодексе есть специальный пункт о взаимоотношении журналистов. То, что отечественные не удались - ну и бог с ним, важно, что у них подписан Лиссабонский кодекс.

Второе. Лена Кох сказала примерно так: "Если газета будет много раз проверять свои материалы, то завтра окажется, что люди не смогут ее купить, ибо газета резко подорожает". Но можем ли мы договориться на уровне абстрактном, хотя это и ничего не изменит в принципе, что газета, которая не проверяется по-настоящему, не имеет права на выход? Даже если она будет супердешевой. Ведь Вы, Лена, говорили об ответственности за формируемое газетой сознание. Мы такая страна, граждане которой верят каждому печатному слову. Это ненормальное доверие каждому слову все еще не развеялось. Некритическое сознание, гражданского сознания нет. И мы должны все время об этом помнить. Поэтому-то непроверяемая газета обходится слишком дорого обществу.

Третье. Сегодня Тодор Воинский опубликовал статью "Снова крайние?". В ней есть ну просто цитата для учебника по журналистской этике. "Как любой нормальный человек, я в жизни и в профессии своей стараюсь придерживаться определенных правил, ценностей. Мне непонятно, чем журналист отличается в этом плане от пекаря, художника или, скажем, портного. Каждый из нас живет за счет реализации плодов своего труда".

Если журналист действительно считает, что он занимается точно такой же работой, как пекарь, портной, как еще кто-то, значит этот человек ничего не понял в профессии.

В.И.Бакштановский. Корректнее сказать: "возможно, ничего не понял".

Ю.В.Казakov. Принимаю поправку.

Говоря о деятельности журналиста, мы должны иметь в виду ответственность публичной профессии. Ее с профессией пекаря и рядом не стоит ставить. Человек, не осознающий профессиональную этику журналиста, не будет мучиться проблемами, над которыми мучаемся здесь мы. А если и будет мучиться, то ему будет труднее разобраться в профессии, потому что он, оказывается, когда-то, в самом начале, не прошел ликбеза, который начинается с понимания того, что журналисту обществом предоставлены особые права.

В.И.Бакштановский. Демонстрируя свое уважение к молодому поколению, поясню, почему я не сразу принял предложение о семинаре по этике пиаровской деятельности. Привожу газетную цитату, ее автор Игорь Минтусов, один из лидеров известной пиаровской фирмы. Вот как автор связывает пиаровскую этику с журналистской. "Этика поли-

тических консультантов, которые делают избирательные компании, определяется: (а) этикой их клиентов и (б) этикой СМИ. Не может быть высокоэтичных политических консультантов - при неэтичных политиках или неэтичных политических консультантов - при высокоэтичных политиках. Все это - звенья одной цепи. Вопрос об этике пиаровской деятельности я большей частью отнес бы к ситуации, которая существует в масс-медиа. И только на 20% к собственной имиджмейкерской технологии”.

Если журналисты с трудом принимают на себя этическую ответственность, любят говорить “мы такие, каково общество”, еще более склонны растворять свою ответственность пиаровцы. Поэтому с ними проводить семинар еще труднее, чем с журналистами.

Слово для предварительного (у него еще будет возможность обстоятельно высказаться на эту тему в конце семинара) сообщения о зарубежном опыте кодифицирования журналистской этики получает Ю.В.Казаков.

Ю. В. Казаков

«...ПОРЯДОЧНОСТЬ - НОРМА. А ЕСЛИ ТЫ ЕЕ НЕ ВЫПОЛНЯЕШЬ, ТО АВТОМАТИЧЕСКИ СТАНОВИШЬСЯ ДЛЯ КОЛЛЕГ “НЕРУКОПОЖАТНЫМ”»

К некоторым темам, обсуждаемым на нашем семинаре, можно и нужно подойти с точки зрения норм, содержащихся в кодексах профессиональной этики.

Мое внимание остановила фраза одного из авторов “Тетрадей...” о том, что американские журналисты - это “цепные псы демократии”. Это один из достаточно устойчивых конструктов, но он не точно воспроизводится по сравнению с источниками. Вот как, например, эта позиция звучит в кодексе Ассоциации издателей и пресс-менеджеров. “Право общества иметь информацию о важных моментах его жизни является неоспоримым. Газета несет в этом контексте особую ответственность, являясь в глазах граждан бдительным сторожевым псом, охраняющим их законные общественные интересы”. То есть я, журналист, сам себя не считаю “цепным псом демократии”, это ты меня таким видишь, это ты, гражданин, уверен в том, что я общественные интересы защищаю.

Посмотрим на кодекс этой ассоциации внимательнее. Вот замечательная формула: “Газета должна служить интересам конструктивной критики всех составных частей общества. Она должна решительно противостоять негативным проявлениям публичных или частных злоупотреблений властью”. И дальше: “Редакционные материалы должны отстаивать курс реформ и инноваций в интересах общества”.

Это достаточно нетрадиционный фрагмент кодекса, потому что большинство кодексов американцы строят так, как они строились в 20-е годы. Но, обратите внимание, в кодексе “Американского общества редакторов газет” шестая статья называется “Порядочность”. “Журналисты должны уважать права фигурирующих в новостях людей, соблюдать общие нормы приличия”. Кстати, поэтому я и переспросил Сергея Суразакова - когда он начал рассказывать о том, что газета может себе позволить, - попримечнее ли его газета в сравнении с МК?

С.В.Суразаков. Для меня “Московский комсомолец” всегда был авторитетом. Я считаю, что это самая лучшая газета России.

Ю.В.Казаков. Итак, порядочность - норма. А если она не выполняется, ты автоматически становишься для коллег “нерукопожатным”.

С.В.Суразаков. Да, у них установлены рамки приличия.

Ю.В.Казаков. Есть высокая журналистика, настоящая журналистика. Есть “желтая” журналистика. Я пару лет провел в Германии и уверяю вас, что “желтая” журналистика в немецком варианте на голову, наверно, приличней “Московского комсомольца”.

С.В.Суразаков. А в Германии, на Западе вообще, что лучше продается - высокая журналистика или желтая?

Ю.В.Казаков. У них действительно разные тиражи. Но еще раз: газеты приличные.

С.В.Суразаков. Почему же получается, что многие критикуют “Московский комсомолец”, но все его читают и даже цитируют, например, депутаты Государственной думы?

Ю.В.Казаков. Депутаты Госдумы цитируют, в том числе, и газету “Мегаполис-экспресс”. В “Московском комсомольце”, как известно есть девиз: “Любят не многие, а читают - почти все. Газета - похожая на вас”. Но, по-моему, внутри “Московского комсомольца”

существуют как бы две газеты. Высокая, почти рафинированная и - не просто "на потребу" дня, с явно выраженной "желтизной". В этой ее части газета часто неприличная. Увы, газета работает на определенный читательский интерес. Как долго могут уживаться в одной газете - фактически две газеты? Какая-то из них другую вытеснит. И я предполагаю, какая победит.

Но вернемся к кодексам. "Декларация принципов американского общества редакторов газет": "Свободная печать принадлежит народу. Ее необходимо защищать от нападков и посягательств". Это традиционная формула. А вот интересный фрагмент, относящийся к нашим спорам об особой ответственности журналиста, в котором возникают слова "конституционные привилегии". "Первое право Конституции, защищающее свободу от вмешательства государства, представляет прессе конституционные привилегии, которые тем самым накладывают на работников газеты определенные обязанности". Что такое конституционные привилегии? Одна из них: "я, журналист, не могу быть подвергнут судебному процессу, если я написал гадость о государстве, о государственном служащем. Именно конституционный суд будет рассматривать мое дело, держа в руках первую поправку к Конституции". Это очень важно.

Вот "Кодекс этических норм общества профессиональных журналистов". Читаем: "Журналисты, выполняющие требования профессиональной этики, относятся к источникам информации, героям публикации и коллегам как к людям, достойным уважения". Значит, я, журналист, как бы ни относился лично к Вам, во всех моих публикациях Вы для меня как бы вне выражения моего личного гадкого к Вам отношения. Я все равно публично буду всегда относиться к Вам достойно. Сам себя я обязан в достаточной мере регулярно чистить перед гражданами, я должен реагировать на критику - это обязательно по американским правилам, я должен немедленно принимать какие-то решения, если на меня обратили внимание в профессиональном сообществе или в каком-то другом случае. Помните, у американцев были случаи, когда репортеры, которые допускали промахи, просчеты, вынуждены были отдавать назад свои премии.

С.В.Суразакоев. Америка - пример идеального государства? Но ведь и у них кризис, в том числе и из-за свободы слова? Может быть, не стоит подгонять нашу, российскую журналистику под американские стандарты?

Ю.В.Казакоев. Упаси бог подгоняться под чьи-то стандарты, потому что в разных странах стандарты разные. Одних только европейских кодексов полсотни наберется. И так, подгонять - невозможно. Проживать чью-то жизнь - невозможно дважды.

Но только демократия, в том числе - демократически ориентированная журналистика - умеет справляться с кризисами. И в этом смысле у разных журналистских сообществ есть общие базовые этические принципы.

В. П. Зуйков

"...И СНОВА ЖУРНАЛИСТ НЕ ВЫПОЛНЯЕТ СВОЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ ФУНКЦИИ - БЫТЬ В ПОСТОЯННОЙ ОППОЗИЦИИ К ВЛАСТИ"

Функция мессии, навязанная российской прессе с незапамятных времен, играла и продолжает играть для нее губительную роль. "Спасателей" у отечества с тех пор было немало и столько же было рецептов "спасения". Но, как не лукавя подчеркивал классик марксизма-ленинизма, идея лишь тогда становится реальной силой, когда она овладевает массами. А овладевала она ими исключительно с помощью нас, журналистов. Тогда и слово родилось подходящее - "Орган".

Сегодня ситуация, казалось бы, изменилась... Не стало "органов", зато появились "учредители", которые орудуют своими СМИ с еще большим энтузиазмом. Потому что задача учредителя несказанно усложнилась: не утвердить определенную идеологию, а оправдать свое нахождение у власти, свое понимание актуальных проблем переустройства нашего общества, свою деятельность.

И снова журналист не выполняет своей главной социальной функции - быть в постоянной оппозиции к власти, потому что именно разные власти и являются, по российскому законодательству и сложившейся практике, главными учредителями всех российских средств массовой информации. Долгие годы нормативно-советская печать была

вместе со своими хозяевами в оппозиции к здравому смыслу и общественным интересам. Теперь свободная российская пресса вместе со своими учредителями - в оппозиции друг другу. Как Дума и Правительство, Дума - Правительство - Президент - Олигархи, как Тюменская область и входящие в ее состав округа и т.п.

В такой ситуации газете или телеканалу сложно оставаться даже просто хорошим зеркалом и беспристрастно отражать ситуацию: а вдруг это бросит тень на учредителя? (дословная цитат одного из руководителей местного ТВ). Учредитель требует “фокусировать” один срез информации и просто не замечать другого. Какое уж тут зеркало!

И надо отдать должное тем журналистам, которые и в таком “зеркале” умудряются отразить все составляющие поднимаемой проблемы.

А вообще, замечу, читателя сегодня спасает лишь то, что газет стало много и они разные. И тот, кто хочет знать правду, читает все, а выводы делает сам. Такую возможность мы, журналисты, читателю даем. Не дают наши “учредители”, сделав половину общества неплатежеспособным. Кто сегодня способен купить сразу хотя бы 5-6 газет? Вот тот и сможет ориентироваться в сложной политической и социальной ситуации в российском обществе. Для остальных - средства массовой информации так и остаются “органами”, “приводными ремнями” и “подручными партии”.

Н.В.Васькова

“...ЖУРНАЛИСТЫ - ОСОБЫЙ КЛАН (НЕ ПУТАТЬ С КЛОНОМ)”

Иллюзия профессионализма журналистики - главная тупиковая проблема специальности. После эйфории успеха, который зависел от отзывчивости общества, многие профессионалы потеряли ориентацию в общественном пространстве. В принципе перестройка сыграла злую шутку с консерватизмом профессионалов. После устойчивых жанровых установок, которые делили журналистов на определенные специализации (к примеру, мне пришлось начинать в молодежной редакции радио, а в то время были редакции информации, пропаганды, промышленности, сельского хозяйства и т.п., как и в любых других редакциях газет, ТВ, журналов), эпоха, не побоюсь этого определения, журналистики поломала все традиционные рамки. И разгул “журнализма” придал новый смысл профессии - общественного деятеля. Здесь, на мой взгляд, и произошел слом сознания у многих профессионалов, привыкших к жесткой регламентации, дисциплине. Плюс к тому неожиданный для опытных журналистов приход в профессию людей без опыта и образования, не ограниченных традиционной советской дисциплиной - людей “без школы”. Это новая волна дилетантов с апломбом и свободой самовыражения захлестнула обывательщиной все средства массовой информации. Хотя, на мой взгляд, журналистика и есть профессиональный дилетантизм.

Журналистика сработала на публику и снизила свою планку, на которой держала и общество, и собственный авторитет. Может быть, это субъективное мнение, но все болезни свободы, свойственные данной формации, в большей степени перенесла на себе журналистика. Поэтому, отчасти, выражения “зеркало”, “зеркальщик” относятся к этой профессии, но уже из области уходящего прошлого.

Журналистика будущего - мифотворчество. То, что мы наблюдаем сейчас, и то, что раздражает многих, на фоне якобы свободного самовыражения, подкрепленного политическим или коммерческим заказом, - это то, что даже самые честные перед собой журналисты не утруждают себя изучением ситуации, анализом события. Даже если пройдены эти моменты, все равно профессионалу приходится пользоваться “эзоповым языком”, просто в целях самовыживания. Кроме того, ограничивая себя рамками объективного отражения действительности, человек “отражающий” обрекает себя на пессимизм, не видя за этим будущего. Вот почему наибольшей претензией на популярность пользуются публикации, несущие в себе зерно творения будущего. Не вижу в мифотворчестве ничего плохого. Журналисты - особый клан (не путать с клоном). Люди, способные остро чувствовать изменения в мире, может быть, быстрее формулировать происходящее, подменяя на этом этапе философские и поэтические откровения. Будущее за журналистикой, даже не в сфере влияния на сознание, а в выборе зерна, меняющего это сознание. И если даже это миф, не вписывающийся в общественную парадигму, независимо от желания, уровня подготовки людей этой профессии, они первыми расскажут об этом.

Часть 3. Миссия региональных СМИ: применим ли единый масштаб гражданственности к журналистике в столице и в регионе?

Т. А. Топоркова

“...Я ХОТЕЛА БЫ ПРЕДЛОЖИТЬ ДРУГОЙ МИССИОНЕРСКИЙ ПРОЕКТ: ОКОРМЛЯТЬ СТУДЕНТОВ ОТДЕЛЕНИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ”

Недавно мне довелось посмотреть на нашего брата-журналиста глазами девочки-студентки. Она написала отчет о производственной практике: о том, как злобно нападают друг на друга журналисты на летучке, как перебивают кости коллеге, вышедшему за дверь. Больше всего ее поразило, как во время сеанса прямой связи "ответчики" - уважаемые люди - выбрасывают в мусорные корзины телефонограммы, не поспевшие ко времени. На одной из этих "бумажек" она прочитала трагедию телефонной респондентки. Это к вопросу о журналистской этике. То, что поразило студентку, для нас стало нормой, и потому мы оказались перед необходимостью остановиться, оглянуться.

Сегодня СМИ региона неважно саморегулируются, хотя на рынке информации каждый мог бы найти свою - нет, не нишу, лучше - земляничную поляну. Зачем нам похожие друг на друга газеты, одинаковые ТВ-программы? Темы детства, культура пока никем не ангажированы. Региональные СМИ могли бы взять на себя функции просвещения, воспитания, скоординировать свои действия, но это, в конце концов, заботы неглупых руководителей СМИ. Мне как-то неинтересно об этом думать. И я хотела бы предложить другой миссионерский проект: окормлять студентов отделения журналистики.

Сегодня так все перепуталось, что уже трудно понять, в каком направлении нам надо работать: то ли добавлять часы для спецкурса "Этика журналиста", то ли разрабатывать спецкурс "Заказуха"? У нашей кафедры пока еще маловато сил. Необходимый объем теории мы в состоянии дать, но нам нужна целенаправленная опека. Вспоминается слово из прошлого - наставник. Студентам нужны такие наставники не только на учебной практике, но на протяжении всех лет обучения.

Вы обратили внимание, что среди нас почти нет 30-35-летних? Во всех тюменских СМИ работают либо молодые, либо старая гвардия. Те, что пришли в журналистику десять лет назад, работают теперь в коммерческих структурах, пресс-секретарями, делают бизнес. У них не было нашей закалки, а соблазн был велик. Тем, кто придет в журналистику через три года, придется очень трудно.

Потому я буду ратовать за такой Союз журналистов, который был бы озабочен проблемами будущего журфака: учебные планы, производственная практика, защита курсовых и дипломных работ.

В прогнозах социологов о грядущем торжестве журналистики по западному образцу есть, возможно, изрядная доля правды. Но, как знать, может быть, именно в нашем регионе этот прогноз не оправдается. Существует ленинградская школа журналистики, почему бы не заявить тюменскую? Чуть-чуть подмороженную, деликатную, принципиальную, но склонную к компромиссам...

Обсуждение сообщения

Р.С.Гольдберг. Старый фельетонист "Правды" был против того, чтобы его фельетоны печатали по воскресениям. Он говорил: "Представьте себе, что человек сидит дома, открывает газету, а там про него фельетон. Не хочу такого, пусть это произойдет не дома, не в кругу семьи". Старческая придурь? Возможно. Но мне кажется, что в этом есть позитив именно с точки зрения нашей миссии. Журналист - всегда контактер, он переносит что-то из "вчера" - в "завтра", от человека - к человеку. И хотя все мы, практикующие журналисты, часто на свою работу смотрим совершенно цинично, но понятие профессио-

нальной миссии все равно где-то существует. Может быть, как у Блока: "В белом венчике из роз впереди Иисус Христос", да?

А.И.Иванов. Во-первых, я бы поддержал тезис о том, что журналист - это действительно "выпускной клапан". Десять лет назад начались реформы, и тогда же в районных газетах затихла работа с населением. Меньше стало писем, ибо люди надеялись, что новая власть многое изменит в их жизни. Надежды эти не оправдались. И вот уже года четыре поток писем в районную газету значительно увеличился. Мы теперь публикуем в каждом номере полосу писем. Очень много таких примеров, когда человек приходит в редакцию и сразу говорит: "Мне не надо, чтобы вы о моих проблемах что-то написали, но хотя бы послушайте". Расскажет о своих бедах и потом говорит: "Ну, слава Богу, единственная инстанция осталась, где можно выговориться, - во властные структуры не проникнуть, везде пропускная система, везде нужно с боем пробиваться на прием, а в редакцию вход свободен". Так районные газеты, я говорю только о них, снимают напряжение в районе, в городе: даже просто побеседовав с корреспондентом, человек выходит из редакции и знает, что ему делать - возмущаться, не возмущаться, идти в суд, не идти. Если суд заканчивается в их пользу, приходят к нам, благодарят.

Второй момент. Т.А.Топоркова сказала, что заметен разрыв поколений журналистов, то есть журналистских кадров в возрасте от тридцати до сорока, и призывает учить молодежь. А я сейчас сижу и со страхом думаю: она мне обещает три человека на практику прислать на месяц, а что я им покажу в нашей редакции? Они ведь ждут не того, что у нас есть, они пока охвачены романтикой, а в нашей работе им придется разгребать повседневный "мусор", грязь. И в самой редакции тоже не все хорошо: кто-то работает, а кто-то - не очень. Бывают стычки, ругаются. И если я им покажу эту жизнь, у них сложится мнение о том, что районная газета не особенно привлекательна и туда не стоит приходить работать. Гораздо интереснее, подумают они, пойти в областные СМИ, на телевидение, на радио. А ведь надо бы им понимать, что журналист в столице дистанцирован от реальной жизни. У нас же больше практики жизни и меньше рассуждений. Там школа, а здесь - жизнь.

Ю.И.Пахотин. Татьяна Александровна Топоркова рассказала нам про студентку отделения журналистики, поразившуюся тому, как "ответчики" равнодушно отнеслись к звонку женщины, у которой ребенок умирает. Но цинизм у того, кто поработал в газете хотя бы пару лет, вызван жизнью. Я понимаю, что студентка-журналистка иной и не может быть, на первом этапе своей работы в этой профессии она еще не может не быть эмоциональной. И, наверное, она идеализирует нашу аудиторию. У меня был случай: звонят в прямой эфир и некая женщина начинает говорить, что у нее ребенок умирает. Мы подключаем все возможные связи, а потом оказывается, что она звонит в СМИ года два, ее знает масса журналистов. Я очень эмоционально переживал ее звонок, меня колотило, а оказалось, что звонила сумасшедшая женщина.

Студентов надо к этому готовить, им надо рассказывать эти истории, говорить, что журналисты циничны потому, что сталкиваются с разными людьми. Если хирург перед операцией начнет стенать, то он профнепригоден: ему просто необходим профессиональный цинизм. И у журналиста такого рода цинизм - часть профессионализма.

Далее. Чем сложнее жизнь, чем резче мы освобождаемся от идеологических догм, чем дальше мы уходим от романтизма в отношении к профессии, тем больше мы обособливаемся друг от друга. Я хорошо помню времена - и Рафаэль Соломонович Гольдберг, наверное, помнит, мы в одной редакции работали, - когда у нас было абсолютное единомыслие. Была большая цель, мы боролись за нее, считали себя стопроцентно правыми в этой борьбе. Помню, как мы все до единого 19 августа 1991 года пришли на ленточку, никаких у нас не было колебаний - под расстрел пойдём, но свою функцию разрушителей той системы выполним.

Я теперь только начинаю понимать, насколько важна большая идея - для чего и кому мы служим, какова наша миссия. И то, что мы на семинаре задались этим вопросом - миссией СМИ в становлении гражданского общества - очень важно. Я считаю, что это самый главный вопрос. В мелочах, на каждое явление, пусть так и будет: сколько журналистов - столько и мнений, у каждой газеты своя точка зрения и т.п. Но должно быть нечто общее, большая задача, созидательная - или воспитательная - или какая-то иная миссия

должна быть. Без нее мы останемся ремесленниками на конвейере, который каждый день штампует новости, пишет комментарии, интервьюирует...

Если мы не согреты большой идеей, мы деградируем, мы запутываемся в жизни. Вспомним, сколько прежде было политических комментариев в каждом номере газеты, мы их писали постоянно, мы брали на себя нахальство разъяснять свои задачи - и находили понимание аудитории. Сегодня политические комментарии практически исчезли, исчезли оценки событий. И это случилось, я думаю, потому, что мы сами запутались.

Хорошо бы нам на уровне хотя бы нашего регионального сообщества решить эту задачу, ответить для себя на вопрос о том, что мы должны по большому счету делать, для чего мы работаем. Поэтому и в интервью для первого выпуска "Тетрадей...", и в своем утреннем выступлении я сказал, что не хочу быть просто "зеркалом", но не развил свой тезис, потому что пока еще не знаю позитивного решения.

Ю.В.Казakov. Почему мы путаемся и нервничаем, потеряв что-то, связанное с большой целью, миссией? Может быть, потому, что никак до конца еще не изживем в себе чувство мессианства, думаем, что мы все еще поводыри общества? То от власти требуем национальной идеи, то сами готовы ее искать. Видимо, не случайно в экспертном опросе проявились трудности в понимании природы гражданского общества. А ведь когда мы говорим, что газета у нас занимается психотерапией - человеку некуда прийти и он приходит в газету - это значит, что у нас не развиты элементы гражданского общества, те же самые общественные объединения и организации, и потому-то газета по старой памяти выполняет эту функцию. Но она не должна этим заниматься, строго говоря. И потому, может быть, от СМИ будет больше пользы, если они будут помогать активизироваться общественным организациям, которые и станут заниматься, в том числе, и "маленьким" человеком. В этой связи со структурами гражданского общества и есть, может быть, одна из рабочих задач - без пафосного слова "миссия" - СМИ.

В.С.Горбачев. К вопросу о работе журналистов с людьми. Я на время уходил с семинара, был в редакции на встрече с читателями. Пришли три человека. Один просил лекарства, другой просил встречи с начальником, третий - подписать газету. И что я с ними должен делать? Я позвонил знакомым, где лекарства раздают, позвонил начальнику знакомому, чтобы он его принял, подписал газету - вот и все. Надо ли обсуждать: это хорошо или плохо?

В.И.Бакштановский. Я намеренно не акцентировал в программе семинара понятие "гражданское общество". В материалах экспертного опроса мы эту тему обсудили - в той степени, в какой ее держали в своем оперативном сознании мои собеседники. Ясно, что в этом направлении рефлексия еще только начинается - журналисты откровенно в этом признавались. Поэтому, кстати, в порядке консультации я нашел такой ход - напечатал словарную статью о природе гражданского общества и его этике.

А.Иванов

***"...ПО-НАСТОЯЩЕМУ ВОЙТИ В РЫНОК -
НЕ ПОСТУПАТЬСЯ СОБСТВЕННЫМИ ПРИНЦИПАМИ,
А ЗАНИМАЯСЬ СВОИМ РЕМЕСЛОМ, ХОРОШО ЗАРАБАТЫВАТЬ"***

Ситуация у нас сегодня более, чем странная. Многие из областных, региональных журналистов криком кричат о безнравственности, ангажированности журналиста. Им вроде бы противна сама мысль о торговле плодами своего творчества, о продажности. Но их покупают. Не всех, понятно, но многих. Есть спрос. Отмечаю это без осуждения. Рынок, он и в журналистике рынок. А российский, как и все прочее, еще и со своими особенностями, вывертами. Журналисты самых массовых теперь газет - районных - и хотели бы продаваться, да, увы... Некому. Халявщиков много. Покупателя нет.

Никогда наши районные газеты, а вместе с тем и журналисты, не жили богато. Будучи "приводными ремнями" и "подручными партии", выполняли ее социальный заказ и получали за свой труд в 6-8 раз меньше, чем мозамбикские коллеги в малоразвитой Африке, но о продажности даже не помышляли, Боже упаси. Как "орган" газета была для пользователей всегда бесплатной. Этот стереотип продолжает существовать и поныне.

О свободе, о своем высоком предназначении мы тогда говорили патетически и очень много, хотя вкуса свободы большинство и не представляло. Зато из своевременно поступавших дотаций регулярно получали скудную зарплату и не задумывались о подписной и номинальной цене своего творения - газеты (об этом думали "наверху") и над тем, что мы, по существу-то, наемная рабочая сила.

Мираж свободы, появившийся на горизонте в перестроечное время, оказался непродолжительным. Первые судебные процессы, ставшие возможными уже по Закону о печати, внедрение рыночной экономики в российскую действительность не улучшили материального состояния. Районные журналисты оказались за гранью бедности. Областной бюджет, на содержании которого находятся районные газеты, в минувшем году не смог даже на четверть необходимого финансировать дотации редакциям. Каким же надо быть районному журналисту фанатичным (или беспомощным), чтобы десятилетиями работать за гроши, да еще хранить надежду на близкие счастливые перемены и беречь те самые моральные принципы, о которых так жарко дискутируют журналисты-областники? А, главное, зачем?

С внедрением самоуправления многие из районных газет оказались фактически без учредителей, которыми были администрации районов. В декабре 1998 г. распоряжением губернатора области ликвидирован Комитет по печати и средствам массовой информации, выполнявший роль издателя. Его функции переданы якобы ГУП "Тюменский издательский дом", но юридически ничего не оформлено. Редакции как предприятия не имеют даже организационно-правовой формы либо живут по устаревшим Уставам. От выборов до выборов, получается, "районки" никому не нужны. Вот когда у свободы появляется привкус продажности.

Но творческий потенциал районных газет не растерян. Знаю многих журналистов, творчески одаренных, способных удовлетворить запросы самого придирчивого читателя. Среди них также есть сторонники и противники "заказухи". О ней в редакционных апартаментах жарко спорят. Истины нет, ведь у редакционных коллективов нет соответствующего опыта. Заказчики, в силу своей неосведомленности, пока не оценили эффективности этих газет, имеющих тираж, в десятки и сотни раз превышающий тиражи областных газет на территории того или иного района.

Но когда-то ситуация изменится, опыт придет. Уже сегодня в редакциях приветствуется практика публикации на арендной основе, на правах рекламы. Думаю, что будет меньше и писем большого и малого начальства: "Для публикации в ближайшем номере".

Хочется, чтобы быстрее коллеги мои ощутили и осознали свою высокую цену, по-настоящему вошли в рынок, но не за тем, чтобы продаваться, поступаясь собственными принципами, а чтобы занимаясь своим ремеслом, хорошо зарабатывать. Устали жить в нищете.

В. А. Зайцев

***"...ЕСЛИ БЫ НЕ АМБИЦИИ И ПОТЕНЦИИ, ТО ОНО БЫЛО БЫ И НИЧЕГО.
А КУДА ЖЕ ИХ ПРИКАЖЕТЕ ДЕВАТЬ МОЛОДОМУ, РАСТУЩЕМУ,
МАЛОПРОДАЖНОМУ РЕГИОНАЛЬНОМУ ТЕЛЕВИЗИОНЩИКУ?"***

Давайте возьмем тему прямо, как говорится, за рога. Деление на "столицу" и "провинцию" придумано не нами и не сегодня. Всегда - с подачи того или иного центра - все, что не "центр", смотрело "центру" в рот. И я здесь не о профессиональной учебе дантистов: любой центр, аккумулирующий идеи, мозги, энергию, всегда более дееспособен, шумен, убедителен, чем "не центр". И вот мы сегодня говорим о том, чем региональное телевидение отличается от телевидения "центра". Всем и... ничем.

Представьте себе Пермь или Томск, Тюмень, наконец, в которые несколько столетий стекалось лучшее из того, что есть на земле Российской. И затем все это плавно перешло в наше с вами современное технологическое состояние, мы имеем в виду газеты, радио, телевидение. И тогда, с некоторой долей удивления, заметим, что "центральное" - это и есть Пермское, Томское, Тюменское. Наша "беда" в том, что История распорядилась иначе. И "центр" или просто центр - это мы о России - Москва. Это данность. Это -

большая политика (если она у нас вообще существует помимо подковерной возни). Это экономические (или антиэкономические) битвы. Это перманентная азиатская непредсказуемость Папы. Это пресловутый МВФ, это пульсирующий, как звезда переменной величины, МИД. Это ... может быть и хватит для наглядности?

Итак, все это происходит в Москве. А могло бы (смотри выше) происходить в пермях, томсках, тюменях. Если бы немного другая История...

А История такая, какая есть. Поэтому нет в Перми МИДа, главного азиата, скопления жирующих финансовых хищников.

А местный телевизионщик уже проснулся. Он - априори - образован, умен, тонок, малопродажен. Он жаждет удивить, убедить, увести. Он хочет деятельности. Он, как правило, более продуктивен, нежели его "центральной" (московский) коллега. Но он упирается во ... вторичность.

Даже самый главный человек в регионе - какой-нибудь костромской губернатор - вторичен. Не он пишет партитуру сегодняшнего и завтрашнего дня. Он едет решать региональные проблемы в "центр". Он их решает или не решает. Еще раз поясню свою мысль: решение о строительстве коровника в Упорово для страны (!) не то же самое, что решение о вводе российского оконтингента в Косово. Вот вам и вся разница. Хочу заметить: сколько бы мы увидели совершенно ярких, замечательных комментаторов, репортеров и т.д., если бы "регионалы" имели возможность работать не со "вторичным" материалом. Это раз. А два - это возможности всероссийского экрана, а не районного. Сколько бы попок стали знаменитыми только потому, что пару раз вильнули на всероссийском (союзном) экране.

Вот и "изготовим" резюме. Кстати, в Шотландии я насмотрелся на тамошний экран. Вот уж где провинция! Вот уж где "регионалы"! Только о своих коровниках да регби, да гольфе, да ценах на рыбу. Никаких (за редким исключением) политических раздраев, никаких жириновских со стаканами в морду. А называется все это, почему-то, Би-Би-Си. Ну, то есть настоящая провинция. Тогда вопрос: а что не есть провинция? А то, что есть свой, хотя бы маленький, но "центр". От которого что-то зависит в этой жизни. В том же Соединенном Королевстве от Лондона - для рядового жителя - почти ничего не зависит. Все работает на человека.

У нас от центра зависит все. Ну, может быть, кроме работы какого-нибудь унитаза в райцентре. А посему, пока положение таково, то и останется деление на "белых" центральных "вгущесобытных" телевизионщиков и "черных" периферийных - на "вторичном" (это не в обиду, а констатация) материале, на ограниченном экране с нереализованными амбициями и потенциами.

И если бы не амбиции и потенции, то оно было бы и ничего. А куда же их прикажете девать молодому, растущему, малопродажному телевизионщику?

В. Н. Туркин

“...ДЛЯ СТОЛИЧНОЙ ПРЕССЫ ЖИЗНЬ ВНЕ ВЕРШИНЫ ОЛИМПА ПРОСТО НЕ СУЩЕСТВУЕТ. И САМОЕ ХУДШЕЕ, ЧТО МЫ В РЕГИОНЕ МОЖЕМ ДЕЛАТЬ - ЗАНИМАТЬСЯ ПОДРАЖАТЕЛЬСТВОМ”

Как и для многих моих собратьев по перу, журналистика не была первой в моей жизни профессией. Под номером один в записях моей трудовой книжки значится Дом культуры. Много лет занимаясь организацией клубного досуга и проведением массовых праздников, я навсегда запомнил непреложную для себя истину - если не знаешь, что сегодня будет интересно твоим гостям, на работу лучше не приходи. Иначе, если ошибешься, к тебе никто не придет, а если придут и увидят не то, что ожидали, то лучше уж и не приходили бы вовсе.

Непосредственный контакт с публикой учит многому. Если бы каждый журналист имел такую возможность непосредственно выслушивать недвусмысленные высказывания в его адрес благодарного зрителя или читателя, ему было бы о чем задуматься.

Да, клуб и пресса - различные сферы. В клубе развлекают, а пресса несет информацию в массы. Но, в сущности, и здесь и там работа наша не имеет смысла, если не не-

сет в себе приятного и полезного времяпрепровождения для тех, кого наш профессор в питерском институте называл мудреным выражением “потенциальная аудитория”.

Так вот, мы, провинциальные журналисты, часто на всех уровнях любим подчеркнуть, что несмотря ни на какие баснословные средства и техническое оснащение столичных изданий, региональная пресса все равно роднее для нашей аудитории, потому что рассказывает о жизни родного города, деревни, завода, школы и т.д. И любой курс психологии начинается с того, что самый интересный человек на земле - это я сам, а самый значимый для меня город - тот, в котором я живу.

Но давайте сравним, чем наши газеты в принципе отличаются от центральных, а наши региональные теленовости - от программы “Время”. Почему-то выражение “первополосный материал” и тюменские, и московские журналисты понимают приблизительно однозначно - если речь идет не о сенсации, то, скорее всего, о “паркете”. При этом в наших изданиях под шаблоны, выработанные где-то там, в столичных городах мира, подгоняют местную тематику, заменяя лишь уровень проблем с общенационального на местный. При этом сами региональные редакторы не упускают случая слетать в столицу, встретиться там с известными функционерами и высказать свое мнение по проблеме мирового масштаба. Дескать, и мы тоже “не лаптем щи хлебаем”.

Может оно так и должно быть? Зачем менять форму, проверенную сотнями мировых изданий? Но при этом теряется тот самый конкретный человек, который про себя и свою жизнь должен узнавать из новостей местной прессы, т.е. именно то, чем мы так любим гордиться.

К счастью, это происходит не всегда, и не все тюменские региональные средства массовой информации этому подвержены. Все же мы довольно регулярно встречаем в газетах или слышим по радио рассказы о самых простых, ничем не прославленных наших земляках. Ведь столичная пресса рассказать просто о человеке, если он не скандально известный политик, не претендует на публикацию в “Книге рекордов Гиннеса”, не является поп-звездой или, на худой конец, народным артистом, уже просто не в состоянии. Для столичной прессы жизнь вне вершины Олимпа не существует. И самое худшее, что мы в регионе можем делать, так это заниматься подражательством.

Вероятно, многие журналисты вполне справедливо могут упрекнуть меня в том, что я сгущаю краски. Наверное так, но если рассматривать проблему через увеличительное стекло, можно лучше рассмотреть детали. Для наглядности позволю себе привести пример из собственных наблюдений за год работы в Тюменской городской Думе.

Десять утра. Начало очередного заседания Думы. Зал практически переполнен. Добрую половину мест для приглашенных занимают представители прессы. Операторы четырех телекомпаний с трудом отвоевывают себе пяточок, чтобы разместиться со всей своей техникой в этом скопище народа. Начинаются слушания. Но уже через тридцать-сорок минут первыми с дистанции сходят телевизионщики.

Ни в коем случае не хочу поставить сей факт им в упрек, поскольку сам еще недавно работал в этом “горячем цехе” и прекрасно понимаю, что значит за половину съемочного дня привезти в выпуск три-четыре информационных сюжета. Несмотря на все старания, по своей оперативности им все равно не угнаться за “радийщиками”, которые уже после первого принятого депутатами решения выходят в прямой эфир со своих “мобильников”, едва выскочив за дверь присутственного собрания.

Самые усидчивые и дотошные, как всегда, газетчики. Они выдерживают до самого обеда, чтобы набрать сотню строк для аналитического репортажа первой полосы. (Предвижу протест со стороны мэтров журналистики по поводу того, что в классической науке такого жанра не существует, но пусть это будет еще одним маленьким преувеличением с моей стороны.)

Чем ближе к обеду, тем зал пустеет все интенсивней. Как редкая птица долетит до середины Днепра, так и не каждый журналист выдержит многочасовое испытание депутатскими дебатами, которые прерываются еще более непереносимыми бесконечными ссылками юристов на статьи и параграфы законов, коих накопилось тысячи в нашем, еще не окрепшем, государстве. Последние вопросы повестки изможденные депутаты выслушивают, как правило, лишь в присутствии экспертов и докладчиков.

Ну что ж, как говорил мудрец, “нельзя объять необъятное”. Но давайте посмотрим, что из раза в раз так и остается за пределами объятий нашей тюменской прессы. После-

довательность вопросов в повестке дня заседания Думы выглядит так же, как и ряд публикаций в обычной ежедневной газете. Вначале “первополосный материал” - бюджет, выделение кредитов, утверждение сметы расходов какого-либо фонда. Затем - утверждение Положений, Порядка и прочих документов, регламентирующих жизнедеятельность чиновников и всевозможных структур. И только в самом конце рассматриваются конкретные проблемы какого-либо микрорайона, школы, завода, оплата проезда в транспорте, регулирование цен на бензоколонках и другая “мелочь четвертой полосы”.

На следующий день во всех изданиях можно изучить отчет об исполнении бюджета за минувший квартал, узнать о проблемах, тормозящих инвестиционные процессы и почерпнуть еще массу интересной, но совершенно непригодной в жизни рядового тюменца информации. На простые человеческие рассказы о чем-то близком и насущном уже не остается ни эфирного времени, ни места на полосе, ни сил. Порой, чтобы привлечь внимание неординарностью подхода, телеоператоры любят подсмотреть сценку, как депутаты на троих разливают под столом минеральную воду, или как чиновник, собирая всю силу воли в кулак под подбородком, героически борется со сном. Но, как говорится, наличие озорства еще не признак мастерства.

Не думаю, что именно такой выбор тем можно объяснить лишь исключительной занятостью журналистов или их неусидчивостью. Они народ закаленный и ради стоящего материала готовы выдержать и не такие испытания. Я думаю, что дело в другом. Просто незаметно для себя мы включаемся в те же политические игры и интриги, что и наши столичные коллеги. Ну и что, если у нас нет Олимпа в полном понимании этого слова, на Первомайской 20 мы построим бугорок и всегда будем иметь удобную и интересную для нас тему репортажа.

Только вот как быть с нашей гордостью, что мы - провинциальная пресса и живем по своим законам, и, в сущности, жизнь обитателей этого “бугорка” есть смысл освещать лишь постольку, поскольку там решается (или не решается) проблема одного конкретного горожанина, нашего соседа, которого все знают, а потому услышать рассказ об этом нам всем будет очень интересно.

В. А. Богоделов

***“...МЫ НЕ ПРОСТО СРЕДСТВО МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ,
МЫ ФОРМИРУЕМ СТИЛЬ ЖИЗНИ”***

Все четыре темы программы семинара кажутся мне весьма далекими, потому что обсуждать проблемы журналистской этики без основного вопроса - вопроса выживания СМИ - можно было в прежние времена, но не в наши дни. Причем выживания в такой ситуации, когда многие СМИ оправдывают свое иждивенчество тем, что берут деньги из некоего абстрактного бюджета.

Наша радиостанция даже при всех катаклизмах в 1997 году одних только налогов заплатила 100 тысяч долларов. Мы заработали себе деньги на зарплату, на развитие, была возможность у людей ездить в отпуска, многие успели побывать за границей, и я надеюсь, что еще побывают. И потому задаю вопрос: почему некий редактор берет на себя роль зеркала, а живет на наши деньги. Он же из бюджета деньги берет?! Но бюджет-то наполняется откуда? Это наши деньги, налогоплательщиков. Я, налогоплательщик, проголосовал за губернатора, за областную Думу, надеюсь, как человек здравый, что они моими деньгами будут распоряжаться разумно. А вместо этого возникают “Тюменская правда вчера”, “Тюменская правда послезавтра” и т.д. и т.п.

Конечно, СМИ, выстроенные на принципах частного бизнеса, живут по своим “правилам игры”. Тем более, если речь идет о радиостанции нашего типа. Так, информация у нас не стоит на первом месте. Конечно, хотелось бы сделать ее роль более значимой. Но для этого нужны журналисты современного стиля, информациишники, аналитики. А те журналисты, из которых я могу реально выбирать, уже имеют определенный опыт работы, воспитаны в определенном духе, и мне их не переделать. Значит, они принесут в нашу информационную программу то менторство, которым отличается местная печать от центральной. Они привыкли быть мессией, поучать как надо жить. Вот они нас 10 лет учи-

ли, и в итоге мы сегодня имеем то, что имеем. И признаваться не хотят в том, что сыграли достаточно серьезную роль в наших катаклизмах.

Гораздо важнее для нашей радиостанции другое - создание так называемого товара. Наш товар - целое, совокупность: музыкальные программы, стиль ведения, та же самая информация, стиль подачи рекламы. А самое главное в нашем деле - так называемый бренд. Буквально - марка, но это толкование узкое. Бренд - это как бы некая легенда, символ, знак и т.д.

Для нас бренд - как отче наш. Если мы купили "Русское радио", то и должны давать «"Русское радио" в Тюмени», а не какое-нибудь там радио Плавника и Богоделова. Наша станция обязательно должна быть форматной. И поэтому, например, мы должны решать такую проблему, как наш местный диалект. Мы пропускаем через конкурс 200 человек, чтобы из них выбрать десяток, у которых нет сибирской скороговорки. С ними занимается Елена Головинская, преподаватель сценической речи Института культуры, 20 уроков, как минимум, дает им, потом отдельно с каждым работает, чтобы голос нашего ведущего не отличался от голоса московского ведущего, чтобы они говорили на одном языке, на московском.

Может быть, надо сказать определеннее: у нашей радиостанции своя ниша среди СМИ. И мы претендуем только на нее, на нишу шоу-бизнеса. Кстати, когда мы начинали, нас буквально завалили письмами с возмущенными вопросами: какую культуру вы несете? Как вы себе такое можете позволить? А для меня эти упреки - следствие непонимания особенностей нашего стиля. А ведь это просто новое явление. Как, например, Интернет. Что он такое: газета? способ общения? Так и музыкальное радио.

Конечно, не мы его изобрели. В России пионером коммерческого радиовещания, музыкального, был Жорж Полинский, это он запустил первую коммерческую радиостанцию в России - "Европа плюс" в Москве. Он запустил музыкальную форматную радиостанцию, которая давала возможность бывшему советскому человеку, который битлов слушал только через Би-Би-Си, через треск глушилок, слушать то, что он хочет.

Если говорить о месте, которое занимает сегодня в жизни современного человека явление под названием "коммерческая музыка", то это, возможно, элемент комфорта. Например, у вас появляется хорошая машина с приличной магнитолой. Включаете печку, вам тепло в мягком кресле, вы нажимаете на клавишу - идет музыка, которая вам нравится. Вы даже можете не фиксировать - слушаете вы ее или не слушаете, она просто создает фон. Та же комфортность, когда вы слушаете такую музыку дома. Проведенные нами социологические опросы убеждают, что для молодежи полностью потеряли свою актуальность и газеты, и телевидение, в лучшем случае смотрят сериалы молодежные. Я с изумлением открыл для себя, что многие молодые люди даже Новый год встречают не под привычный бой курантов, а под радио. Сидит компания, ведет разговор, что-то интересное пошло по радио - громче сделали. И это не стиль жизни тридцати человек, которые работают на нашей радиостанции, а нескольких тысяч, даже десятков тысяч человек, которые очень активно откликаются на наши передачи или акции.

В этом смысле каково наше место в споре о том, являются ли СМИ "зеркалом" или "зеркальщиком"? Нам, видимо, следует отнести себя к "зеркалу". Не противоречит ли это тому, что мы пытаемся формировать стиль жизни наших слушателей? Но мы же прежде стремимся понять интересы своих слушателей. Понять: в каком направлении можем повлиять, а в каком молодые души мы переделать не сможем, - потому что мы не можем заменить семью, школу, институт. Но уж на грани пошлости мы стараемся не работать. Когда у меня мальчики попытались заняться в эфире своеобразным стриптизом, я их отстранил.

Мы формируем стиль жизни молодежи, во всяком случае пытаемся его формировать. Возьмем, например, конкурсы красоты. Одна девочка поехала у нас на финал "Русское радио". Или фестивали моды. Оказывается, наши мастерицы еще умеют шить, не обязательно ехать в Италию одеваться.

Если побывать у нас на планерке, то таких жестких разборов, наверное, не проводит никто. Причем мы собираем всю команду, начиная с техника и заканчивая коммерческим директором. Предмет разборок - качество ведения эфира, качество выданной информации, качество подготовленных программ. И в заключение я всегда говорю: "Ребята, мы не просто средство массовой информации, мы формируем стиль жизни".

Е. А. Дроздинский

**“...ЗАРАБАТЫВАТЬ, ПРОДАВАЯ СВОЙ ТРУД, - ЭТО ОДНО.
А ПРОДАВАТЬСЯ - ЭТО КОГДА ЧЕЛОВЕК ДУШУ ПРОДАЕТ - ДРУГОЕ”**

Сам я не журналист, но возвращаюсь в среде журналистов очень давно и наблюдаю их во всех ипостасях. Конечно, не просто “возвращаюсь”, но - как совладелец компании и менеджер - во многом определяю их деятельность. В этом смысле я своеобразный “зеркальщик”.

Главная этическая проблема нашей журналистики - журналист и деньги. Один из самых распространенных способов ее решения - журналист продается. Понимаю, что такое поведение журналистов - вынужденное. Как сказал в своем выступлении редактор районной газеты, когда бюджет не платит, они готовы продаваться кому угодно. Журналист вынужден продаваться: иногда - по-крупному, чаще - это мелкий меркантильный интерес. Все через это проходят, все, без исключения. Многие могут отрицать это, но это так. Сами ли они себя обманывают или просто хотят достойно выглядеть в глазах других, но это именно так.

Десяток - или хотя бы пять - лет назад все было иначе. Во время перестройки, на заре рыночных реформ мы еще не знали, какую роль деньги сыграют в нашей жизни, в том числе и в профессиональной. Продажных журналистов были единицы. И это определялось их личными качествами, не больше.

Кто мог предвидеть нормы сегодняшнего дня? Конечно, некоторые журналисты предполагали, что их профессионализм в надвигающейся рыночной жизни пригодится, что на этом они заработают деньги, но не за счет продажности, а потому, что будут востребованы обществом.

В чем разница между тем, что журналисты предполагали достичь безбедной жизни благодаря своему высокому профессионализму, и тем, что им приходится продаваться? Зарабатывать, продавая свой труд, - это одно. А продаваться - это когда человек душу продает - другое. Одно дело заработать за умение анализировать ситуацию, умение ее подать, другое - за лоббирование интересов некоей финансовой структуры.

Однако необходимо еще одно разграничение. Мы развели два смысла: когда журналист продает свой труд - это одно, а то, что он продает фактически свою жизненную позицию, идя на службу определенному капиталу, - другое. Но если он идет на службу этому капиталу и в душе своей поддерживает то социально-политическое направление, к которому ведет этот капитал, он может жить в ладу со своей совестью.

Участники проекта дискутировали по поводу допустимости для журналиста брать деньги от предприятия или фирмы, о которых он подготовил позитивный материал. Спорили: если деньги получил лично журналист, в кассе предприятия или “налом”, - это продажность, ангажированность и т.д., а если он написал о предприятии объективно, а предприятие заплатило в редакцию, и журналист получил из редакционной кассы, - это нормальная ситуация.

Я думаю, если журналист написал объективную информацию, то не важно кому заплатили - лично ему или редакции. Главное - объективность информации. Постыдно - если журналист технически профессионально написал то, что ему заказали: используя свой стиль, авторитет, придав тем самым необъективной информации видимость объективности.

Я выделил проблему отношения журналиста и денег как предельно острую для современной ситуации. И все же в спорах участников проекта о том, катастрофична ли эта ситуация, кризисна или в ней вообще все “о’кей”, я выбираю диагноз “кризис”. Хотя бы потому, что не вся же журналистика продажная.

На примере своей компании могу сказать, что сразу вижу заказной материал и то, что какой-то журналист продался, - это же легко вычисляется. Но такие случаи у нас редки. Возможно, некоторые молодые сотрудники и хотели бы пойти таким путем, но что-то их останавливает. Страх потерять работу? В принципе, да. Они дорожат работой в нашей компании, хотя денег зарабатывают не так уж и много.

Конечно, определенное влияние на направление деятельности компании, конкретного журналиста я оказываю. Например, могу дать заказ на подготовку материала по оп-

ределенной теме. Но я не диктую журналисту какую-то “нужную” позицию, не требую, чтобы этот материал был представлен в черном цвете, а тот - в белом. Хотя искушение есть - я нахожусь в том же самом рынке, в том же самом обществе, что и все остальные, на меня влияет нехватка средств, которые нужны и для жизни, и для процветания компании. А впереди - выборы, новые обстоятельства, вынуждающие к ангажированности.

Прочитал в “Тетрадах...” высказывание одного из журналистов о том, что если сравнивать его профессию с политической или с предпринимательской деятельностью, то журналистика намного чище и той, и другой. Не согласен.

Возможно, ему кажется, что как наемный работник в сфере журналистики он просто продает свой труд и уже поэтому чище, т.к. ему не приходится нарушать столько правил игры, сколько приходится это делать бизнесмену, в том числе и бизнесмену в сфере СМИ?

Обращаясь к примеру нашей компании, где я участвую своим капиталом, скажу, что, напротив, наш бизнес намного чище, чем журналистика. Чище именно потому, что мы играем по правилам, по совершенно нормальным правилам игры в бизнес и стараемся не допускать “грязной игры”. Если и бывают отступления, то совершенно незначительные, по крайней мере в моем понимании. Среди людей, которые подобрались у нас в компании, я не могу назвать тех, кто мог бы себе позволить запрещенные приемы бизнеса.

Возможно, наша компания - исключение и не может быть примером. Непорядочности в бизнесе мы не допускаем. Ни по отношению к себе, ни друг к другу - я говорю о соучредителях, - ни по отношению к конкурентам. Формальные возможности “задушить” всех конкурентов изначально у нас были, но мы этого не сделали. Даже попыток не было. Наоборот, всегда поддерживали конкуренцию: мы стояли и у истоков “Параллакса”, и у истоков “Радио-Гермес”.

Часть 4. Мотивы активизации саморегулирования “цеха”: давление обстоятельств или добрая воля?

В. И. Лысов

“...ОПУСКАТЬСЯ ВНИЗ ЛЕГКО И ПРОСТО, ПОДНИМАТЬСЯ ВВЕРХ - ТРУДНО И СЛОЖНО”

Неблагодарная работа - анализировать какую-либо профессию. Особенно, если она творческая.

Авторы проекта гуманитарной экспертизы сделали смелый шаг. Во-первых, журналистика многогранна, противоречива и уж больно капризная “дама”. Во-вторых, в истории тюменской журналистики не было попытки к осмыслению её внутреннего состояния. И вот в “Тетрадах гуманитарной экспертизы” журналисты разных изданий высказали свое понимание этических начал профессии. Правда, в этом многоголосии очень не хватает голоса журналистов районных газет. Москвичи видят Россию в пределах Садового кольца, а Тюменская область оказывается ограниченной улицами Республики и Первомайской областного центра.

Нет смысла опровергать распространенный тезис о том, что сегодняшние экономические отношения в нашей стране не могли не отразиться и на морально-этических отношениях между людьми вообще, и на ситуации в нашей профессии. Но и нет смысла особо доказывать, что изменения в экономических отношениях произошли одновременно с изменениями в правоотношениях, а это отразилось и на морально-этических сторонах нашей профессии. К сожалению, ни один из участников экспертного опроса об этом не обмолвился.

Так же, как ни один из авторов, а среди них достаточно много известных в России людей, ни разу не вспомнил о правовой основе своих умозаключений, нигде даже не упоминается Закон о средствах массовой информации. Хотя, может быть, я и не прав.

Как можно увидеть и понять связь между правом и этикой? Классический пример: в уголовном праве 30-х годов существовала статья за доноительство. “Не стучишь” на родственника, соседа - значит нарушаешь закон. Отсюда появилась мораль доноительства, продажи всех и вся... Сегодня в 51-й статье Конституции читаем: “Никто не обязан свидетельствовать против самого, своего супруга и близких родственников”. Супруга может знать, что её суженый нечист на руку, но это не обязывает её доносить. Она чиста перед законом. И это позитивная моральная сторона человеческих отношений.

Я не случайно напомнил Закон о СМИ - он вобрал в себя нормы профессиональной морали. Но как их понимают коллеги? В “Тетрадах...” читаем: “...если я делаю какой-то серьезный звонок, то обязательно позвоню с телефона, снабженного диктофоном, чтобы записать беседу. Считается ли этичным, если я записал беседу, не предупредив собеседника? Зависит ли это от того, намерен ли я использовать запись в своих целях или не намерен? Встает этический вопрос: могу ли я не предупредить? Считаю, что могу. Для собственного использования я могу сделать запись, вообще никого не поставив в известность...”. Коллега считает, что поступает этично. А пункт 6-й статьи 49-й Закона о СМИ гласит: “Журналист обязан при получении информации от граждан и должностных лиц ставить их в известность о проведении аудио- и видеозаписи”. Не из-за незнания ли Закона, я бы даже сказал, из-за циничного правового нигилизма, идет вседозволенность, понимание норм профессиональной этики так, как хочется в сию минуту, в зависимости от житейской ситуации.

Еще один пример. Корреспондент несколько раз ездил в отдаленное хозяйство, встречался с десятком людей, изучил кипу документов, подготовил публикацию. Но вот редактору она пришлась не по вкусу. И запустил он свой красный карандаш в текст. В газетной полосе корреспондент едва узнал свой труд. Что это? Где здесь этика? “Как нарушение служебной этики и профессиональной солидарности может быть квалифицировано, если журналист, используя свое должностное положение в редакции, путем редакци-

рования искажает содержание материала, подготовленного его коллегой, и без его согласия обнаружит в таком виде...”, - говорится в Положении о принципах и системе общественного контроля за соблюдением журналистами положений кодекса профессиональной этики российского журналиста. В этой же ситуации можно напомнить статью 144 Уголовного кодекса, где сказано, что “Воспрепятствование законной профессиональной деятельности журналистов путем принуждения их к распространению либо к отказу от распространения информации наказывается.... То же деяние, совершенное лицом с использованием своего служебного положения, наказывается...”. Отношение редактора к труду своего коллеги, пусть в чем-то ошибающегося, пусть не так глубоко копающего проблему, показывает, насколько высока - или низка - планка этических отношений в журналистском коллективе. А внутренний климат коллектива непременно скажется на результате коллективного труда. Эта прописная истина не нова, но ведь она четко высвечивает что есть что.

Многолетние наблюдения показывают, что пишущая братия уделяет очень мало внимания правовой стороне журналистской этики. Это, думается, не случайно. Нормы закона для большинства журналистов, увы, вообще не существуют. Правосознание в журналистском сообществе - как, собственно, и во всем обществе - находится на крайне низком уровне.

Между тем за последние девять лет у нас появилось достаточно много правовых актов, регулирующих многогранную деятельность журналиста, формирующих правовое поле для морально-этических отношений среди творческих работников. По сути Закон о СМИ можно назвать маленькой конституцией журналистского сообщества. Ведь прописана там практически любая ситуация! А возьмем Закон о рекламе - не идеальный, но очень добротный документ. Прочтите 8-ю статью “Неэтичная реклама” и вы убедитесь в этом лично! Можно еще называть и называть другие законы - о дополнительных гарантиях прав граждан на информацию, об авторском праве и смежных правах, об информации, информатизации и защите информации...

Почему в журналистской среде процветает правовой нигилизм? Почему морально-этические нормы журналиста им самим признаются выборочно и в зависимости от конкретной ситуации? Этим “почему” набирается с десяток. Ответ простой - жить в рамках закона (я имею в виду свой, журналистский закон) очень сложно. А вот без руля и без ветрил - привольно и вольготно. Куда только приведет такая расхристанность? Кто даст ответ?

Опускаться вниз легко и просто, подниматься вверх - трудно и сложно. Господа журналисты! Не допускайте падения нашей профессии. Попробуем сообща приподнять её, хотя бы в собственных глазах.

Р.С. Гольдберг

“...ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ НРАВСТВЕННЫЕ НАЧАЛА ПРОФЕССИИ”

Наше журналистское сообщество разобщено. Например, Чечня - у всех разные позиции. Болезнь президента - опять никаких совпадений. Балканы ... И вот последнее - вечерние забавы генерального прокурора Юрия Скуратова и действия российского телевидения и других телестанций. Каждый из нас имеет свою точку зрения по этому поводу, причем отличную от других. Но к Скуратову я вернусь позже.

Почему сотрудники нашей газеты, которым я недавно дал почитать кодекс “Вашингтон-пост”, даже читали его вслух? Им это понравилось только потому, что кодекс хорошо написан? Нет, наверное, потому, что в нем сформулированы очень привлекательные нравственные начала. Привлекательные начала профессии. Попробуем вспомнить свою молодость. Когда человек выбирает профессию журналиста, чем он мотивирует свое решение? Тем, что там хорошо зарабатывают? Или - тебя все боятся? Или - ты входишь, все встают? Варианты могут быть разные. И все-таки, когда очень молодой человек выбирает нашу профессию, в ней есть какие-то нравственные моменты, которые его привлекают, которым хочется соответствовать.

Свой кодекс есть у всех средств массовой информации. Пусть не в письменном виде, как в “Вашингтон-пост”, где он висит на доске у входа. Но он есть и у “Нашего времени” - мы слышали сегодня выступление Сергея Суразакова, и у газеты “Тюмень-2000” был свой кодекс, живут по неписаному кодексу и “Тюменский курьер”, и “Тюменская правда”, и “Тюменская правда сегодня”. Правда, это разные кодексы.

Возможно, в рамках темы гражданского общества, которую мы здесь поднимаем, надо бы договориться о неких общих параметрах таких кодексов. Но это, видимо, задача особого разговора. А сейчас не забудем, что мир полярен, и нам очень трудно соединить наши внутренние кодексы. Ушло время, которое вспоминал Виктор Семенович Горбачев, когда в Тюмени было две областные газеты - “Тюменская правда” и “Тюменский комсомолец”. В то время, когда всего две газеты, есть у тебя в душе кодекс или нет - все равно деваться было некуда. Пока ты молод - идешь в “Тюменский комсомолец”, вырос - либо на радио и телевидение, либо в “Тюменскую правду”, третьей дороги нет.

Но и сегодня, при возможности для журналиста выбирать себе работу из множества СМИ, важно не забыть, что принятие профессионально-нравственного кодекса - это не акция пленума Союза журналистов, а осознанный индивидуальный выбор. Проблема в том, как сложить результаты индивидуального выбора в общий выбор регионального общества? Ведь мы коллективисты по профессии, а не по сумме взглядов. Значит, надо искать общие ценности, которые нас объединят. Могут назвать сразу три точки опоры, а на трех сообщество уже может устоять.

Первое. Сегодня кто-то предлагал договориться хотя бы о том, чтобы не скандалить по внутрицеховым проблемам публично: “не лаяться между собой”. Нормальная точка опоры. Решиться не развлекать читающую публику журналистскими сварамы - замечательно.

Второе. Не трогать частную жизнь человека в прессе. Одни говорят - нельзя трогать, другие исповедуют принцип, по которому у политика, например, нет частной жизни, и журналист имеет право вмешиваться в частную жизнь человека, который занимает высокое общественное положение, и тот не в праве ни обижаться, ни подавать в суд.

Вот здесь вернемся к Скуратову. Главное в том, что человек, олицетворяющий государственную власть, не имеет права себе позволять того, что простительно рядовому гражданину. Если говорят обычно: “что дозволено Юпитеру, то не дозволено быку”, то здесь должно быть наоборот: “что дозволено быку, то не дозволено Юпитеру”.

Третья опора. Мне она кажется и возможной, и необходимой для нашего потенциального кодекса. Правда, не такой уж очевидной для всех.

Мне приходилось слышать от молодых журналистов: “Не стану писать об этом, потому что боюсь”. Например, материал о квартирных кражах журналист подписывает псевдонимом. Спрашиваю: “Почему?”. Ответ: “А вдруг те, про которых я написал, придут и обворуют мою квартиру”. Я бы хотел сказать ему категорично: “Ты выбрал профессию, она требует определенного мужества”. А вдруг и правда обворуют?

Как обычный человек, он имеет право отказаться от подписи под материалом. А как журналист? Вспомним Ларису Юдину, в конце концов.

Обсуждение сообщения.

В.И.Бакштановский. Когда я пытался сформулировать название этого этапа нашего семинара, то сначала написал просто “саморегуляция цеха” и успокоился. Потом понял, что разговор об этике профессии не может обойтись без анализа мотивов активизации процесса саморегуляции. Как раз этот в момент я изучал Хартию телерадиовещателей, которую мне А.К.Симонов прислал по электронной почте. В разговоре с ним и возник вопрос: можно ли считать эту Хартию этической, то есть сформированной по благому намерению. А может быть, это просто самозащита под давлением обстоятельств: есть угроза создания высшего совета по этике и потому давайте быстро создадим свой кодекс и свой этический комитет. Значит, мотив обращения к такому способу саморегуляции, как Хартия, был не собственно нравственный, а какой-то иной. Я бы не сказал, что он аморальный, но он вненормальный.

Как Вам кажется, важны ли мотивы создания кодексов, о которых Вы говорите как о средствах саморегуляции?

Р.С.Гольдберг. Человек или сообщество пришли к мысли, что им необходимо выработать внутренние правила. Мне кажется, что всякая инициативная попытка сообщества формализовать некие ограничители его деятельности, это уже благо. Расставить знаки, как говорят на реке, “обстановку выставить”: сюда - не ходить, здесь - можно, это уже хорошо.

В. А. Рогачев

“...В МОЕМ ЛИЧНОСТНОМ КАНАЛЕ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ ЕСТЬ ФИЛЬТР - ЭТО ПРОБЛЕМА КУЛЬТУРЫ КАК МОТИВАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЖУРНАЛИСТСКОГО СООБЩЕСТВА, КАК СТЕПЕНЬ ЕГО, СКАЖЕМ УСЛОВНО, САМОУПРАВЛЕНИЯ”

Я очень благодарен организаторам первого выпуска “Тетрадей...” и семинара - значит, все же есть потребность в общении, есть потребность если и не в саморегуляции, то хотя бы в общении.

Есть и потребность в обмене информацией. Если информация, которая прорывается через визуальный канал или в традиционную печать, хотя бы на ноль-ноль-ноль-энную степень правдива, то это уже определенная этическая планка, определенный шаг к этическому прогрессу. Это первый момент.

Второй момент. В моем личностном канале массовой коммуникации есть фильтр - это проблема культуры как мотивация деятельности журналистского сообщества, как степень его, скажем условно, самоуправления.

Культура - это аллигатор, это санитар для прессы, это в хорошем смысле слова этическая “чистка”.

И вот мы наталкиваемся на личность журналиста, который, оказывается, не способен работать в условиях такого блага реформ, как наша свобода в мире информации. Откройте 39-ую страницу “Тетрадей...”. Я очень боюсь, что в газете, где работает автор этого текста, появится очередной фельетон про меня, но, тем не менее, я цитирую с 39-ой страницы “Тетрадей...”: “От реформаторов прежде всего ждала справедливости и скорого результата, и часто задавала своим героям наивный вопрос: когда, когда наступит всеобщая нирвана...”. Беру Философский словарь, не советский, не антисоветский, франкфуртский, нормальный, центристский, читаю: “нирвана” (с санскрита) - угасание, увядание, остановка. В буддистской традиции нирвана - это самое абсолютное ничто.

Еще пример. Моя бывшая дипломница, стоило только мне сказать ей про ее публикацию в областной газете примерно то же, что я только что говорил о тридцать девятой странице “Тетрадей...”: “Лена, ну не ври, ты не была на половине спектаклей. Ты элементарно врешь, ты оскорбляешь не самый плохой театр в России”.

И, что вы думаете, в “Тюменских известиях” через неделю огромный фельетон - какой я мерзавец и так далее.

Я не могу, у меня все кричит: они хамы, те грядущие хамы, которые были описаны еще Мережковским. Сегодня они пришли в журналистику. Что с ними делать, я не знаю. Это, наверное, одна из задач возрождаемого нами сообщества.

Третий момент. Проблема социальной ответственности такого общественного института, как журналистика, за рубежом ставится не в плане саморегуляции, а именно как ответственность журналистов перед обществом. А мы здесь опять говорим, что не надо нам поучать, воспитывать читателя. Но, простите, я специально почитал реферат, французской (английским, к сожалению, не владею) газеты и увидел, что еще как поучают, еще как настраивают, еще как манипулируют общественным мнением! В этих СМИ ясно видно: что они хотят, какие цели преследуют. То есть, допустима этическая степень манипуляции - я имею в виду ее хорошие аспекты, - потому что по-иному жить нельзя, иного просто не дано, мы все равно сообщество.

И последний момент. Тот факт, что коллеги все-таки собрались, вспомнили о необходимости общения, можно считать первой фазой выработки регионального корпоратив-

ного этоса журналистов. И Рафаэль Соломонович Гольдберг совершенно прав, говоря, что у нас сегодня этос имеет командный характер. Нехорошо это говорить, но Вы меня простите, я немножко знаю команду "Нашего времени", бывшего "Тюменского комсомольца", а сейчас работаю в команде городской газеты. Чувство защищенности, с точки зрения этоса работы, все-таки есть. Материальные факторы сейчас очень плохие, в том числе и в "Тюменском курьере", но моральная защищенность все-таки есть.

С. А. Фатеев

“...МЫ - СООБЩЕСТВО И КАЖДЫЙ В ОТДЕЛЬНОСТИ - СУЩЕСТВУЕМ ТОЛЬКО ПОТОМУ, ЧТО ВОСТРЕБОВАНЫ”

Я не теоретик, а практик, поэтому какие-то теоретические изыски вряд ли у меня получатся.

По ходу того разговора, который идет на семинаре, я хочу заострить внимание на одной детали: мы - сообщество и каждый в отдельности - существуем только потому, что востребованы. Востребованы самые разные журналисты и самые разные СМИ. Кто-то здесь сказал, что уж слишком много у нас газет, телеканалов, радиостанций. Нет, их ровно столько, сколько нужно обществу. И будут еще, потому что таковы потребности общества.

Работая в разных СМИ, мы, естественно, и мыслим по-разному. Каждый - с высоты своего возраста, опыта, тех задач, которые стоят перед каждым изданием. А теперь еще и - требований, которые предъявляет хозяин издания. Но я не случайно постарался как можно больше времени провести в этом зале и прочитать в собранном виде материалы экспертного опроса снова и снова. Сейчас я еще больше убедился в том, что наша корпорация, пусть она не оформлена как следует, существует. Как бы мы ни чурались друг друга, как бы не разделялись на кланы, тем не менее единые правила игры для всех, кто занимается нашей профессией, существуют.

Все мы нуждаемся, во-первых, в общении. Все мы нуждаемся в том, чтобы обсуждать, находить точки взаимопонимания. Я считаю, что это назревшая, серьезная и очень большая необходимость нашего времени. Об этом говорят и тексты тех авторов "Тетрадей...", которые входили в группу энтузиастов воссоздания областного Союза журналистов. Причем идея и назрела, и созрела, и уже состоялась. Другое дело, что есть много сложностей в ее развитии.

До сих пор идут большие споры по поводу того, нужно ли такое - заорганизованное - сообщество журналистов. Но не считаю его заорганизованным. Это во-первых. Во-вторых, - это добровольный союз. Да, кто-то будет смотреть со стороны, приглядываться, затем, может быть, захочет вступить в наш союз, а может быть - не захочет, это его личное дело.

Кстати, общаясь с руководителями многих тюменских СМИ, именно с руководителями, я натолкнулся на стеночку: "А зачем мне, - говорит редактор, - первичная журналистская организация в моем коллективе? Я - работодатель, зачем мне нужна такая организованная группа, которая в организованном порядке, да еще при вашей мощной поддержке будет со мной воевать?". Сходная позиция заметна и в некоторых интервью, у одних - подспудно, у других - совершенно явно.

Мы говорим здесь о мотивах активизации процесса саморегулирования. Я не думаю, что наш Союз журналистов должен заниматься какой-то особой регуляцией нашей жизни. Мне кажется, что самая главная задача нашего союза, и это заложено у нас в уставе, - отстаивать нравственные критерии нашей профессии.

Сегодня мы слушали разные точки зрения на природу профессии. И меня коробили некоторые подходы - одни из них возникли, по-моему, от непонимания, некоторые - устоявшаяся позиция, с которой автора уже не столкнуть. И все же обмен мнениями, который состоялся сегодня, показывает, что сообществу нужны какие-то рамочные правила, пороги, которые переступать нельзя, - дальше ты уже превращаешься в журналиста второго или третьего сорта или вообще - не журналиста. Именно на признании этих порогов мы и создаем наше сообщество.

Когда обсуждалась сама идея создания тюменского Союза журналистов, многие категорически возражали против союза творческого, предлагая создать профессиональный союз, который будет защищать права, отстаивать чисто профессиональные интересы. Кстати, такой профессиональный Союз журналистов России в прошлом году был создан, и сегодня в нем состоят до двадцати региональных журналистских организаций. Этот профсоюз занимается регулированием отношений работодателя и наемного работника. Да, это необходимо, наверное, ради этого нужно будет и нам создать профсоюз. Но Союз тюменских журналистов, объединившихся на творческой основе, объединивший пусть не всех, но значительную группу журналистов нашей области, уже состоялся.

Упомянутая здесь Национальная ассоциация телеведущих и подобные ей создаются для руководителей, работодателей, хозяев, для защиты их корпоративных интересов. Наш же союз должен защищать интересы всей нашей пишущей, снимающей журналистской братии, начиная с самых молодых и кончая теми, кто сегодня на пенсии. Они просят помочь хотя бы в малом – организовать подписку на какую-то газету. Наверное, и этим придется заниматься, никуда от этого не денешься. Но я еще раз повторяю, что наш союз прежде всего призван определять и защищать ценности и нормы профессии. Например, сегодняшний обмен мнениями, думаю, окажется полезен и Сергею Суразакову. И для меня здесь было очень много поучительного.

Что касается реплики по поводу того, что мы устраиваем свары между собой на страницах наших изданий и в эфире. Вот я открыл кодекс американского общества редакторов газет. И в нем содержатся такие требования: поощрять общественность высказывать критическое мнение о программах новостей в средствах массовой информации, признавать ошибки и быстро их исправлять; вскрывать неэтичную работу журналистов и служб новостей; придерживаться тех же высоких норм поведения, соблюдения которых они требуют от других и т.д. Когда подобные требования будут соблюдаться в нашем обществе, наша жизнь будет вне критики

Тодор Воинский сегодня высказал в своей газете негативную точку зрения на то, чем мы сегодня весь день занимаемся. Я очень сожалею, что он не пришел сюда: может быть, он бы изменил свою точку зрения.

Ю.В.Казаков

“...И ЕСТЬ ЗДЕСЬ ФУНКЦИЯ ПОБУЖДАЮЩАЯ, КОТОРАЯ ПОДТЯГИВАЕТ ПРОФЕССИЮ К АКТИВНОМУ И ЭФФЕКТИВНОМУ САМОРАЗВИТИЮ”

В.И.Бакштановский просил меня сделать информационное сообщение о документах, которые относятся к саморегулированию цеха.

Прежде всего, я хочу напомнить о том, что почти полвека назад – в 1952-ом году – ООН предприняла попытку инициирования единого профессионально-этического кодекса журналистов. Этот интересный документ - он остался в качестве резолюции ООН - завершился пятой статьей: “Данный кодекс основывается на том принципе, что ответственность за добросовестное исполнение этических норм лежит на тех, кто занимается данной профессией, а не на правительствах”. Через много лет эта статья была повторена в Софийской декларации. Поскольку эту декларацию потом одобрила генеральная конференция ЮНЕСКО, она стала документом официальным. Ее шестой пункт звучит так: “Профессионально правильные методы журналистской работы являются наиболее эффективной гарантией от правительственных ограничений и давления со стороны особо заинтересованных групп. Любые попытки установления норм и руководящих принципов должны исходить от самих журналистов”.

С некоторых пор проблема саморегулирования стала активно обсуждаться в нашей стране. Одна из причин этого - то, что мы теперь входим в Совет Европы. Совет Европы на протяжении очень долгого времени курирует профессиональную журналистскую тематику, не диктуя, это табуировано, но обращая внимание на некоторые проблемы и позиции, побуждаемые той ответственностью перед обществом, гражданами, которая лежит на журналистах.

Возникло ли столь пристальное внимание Европы к проблемам саморегулирования СМИ из-за каких-то внешних для СМИ обстоятельств или саморегулирование - внутренняя потребность самой профессии? Во-первых, были и внешние обстоятельства. Было очень много обращений граждан европейских стран с требованием ввести государственное регулирование СМИ, потому что регулярно нарушается частная жизнь граждан. В ответ на такую угрозу СМИ пошли на создание разного типа советов, снимающих конфликты граждан и СМИ на досудебном уровне, что принципиально важно. Во-вторых, и это гораздо отчетливее выяснилось позже, а не в начале процесса, была в активизации саморегулирования СМИ функция побуждающая, которая подтягивает профессию к активному и эффективному саморазвитию.

В 1993-ем году в резолюции 1003 по журналистской этике Парламентская ассамблея Совета Европы зафиксировала много важных норм, касающихся журналистской профессии как таковой, владения информацией, права на защиту частных лиц и т.п. Напомню один из них: "Необходимо уважать право личности на частную жизнь. Лица, занимающие видное общественное положение, имеют право на защиту своей частной жизни, за исключением тех случаев, когда их частная жизнь может отразиться на их общественной жизни". Тот факт, что человек занимает видное общественное положение, не лишает его права на уважение его частной жизни.

Три завершающие позиции этой резолюции были посвящены проблемам саморегулирования. Тем самым произошел определенный прорыв, поскольку был акцентирован корпоративный подход. Контролировать соблюдение этических принципов, причем не просто отслеживать процесс, но и помогать развитию профессии, должны саморегулирующие органы или механизмы. "Должны быть созданы" - такая прозвучала формулировка - ассоциации издателей, журналистов, пользователей СМИ, научных экспертов и судей. Вот они как раз должны готовить резолюции, призывающие к уважению этических заповедей в журналистике и так далее.

Последний пункт резолюции важен еще и тем, что значим для решения проблемы, поднятой в выступлении Т.А.Топорковой. Он звучал так: "Органы или механизмы саморегуляции, ассоциации пользователей СМИ и соответствующие университетские кафедры могли бы публиковать ежегодные отчеты о достоверности информации, распространяемой в СМИ, сравнивая сообщения с реальными фактами. Они могли бы стать барометрами доверия, которые граждане бы использовали для определения уровня этических стандартов, достигнутого теми или иными СМИ и их подразделениями и даже каждым отдельным журналистом".

Вспомним идею одного из авторов "Тетрадей...", Андрея Рихтера, идею "этического аудита". Это примерно такая ситуация, когда я обращаюсь к тебе не для того, чтобы ты подтвердил, что мои действия вписываются в рамки профморали, а скорее за помощью, чтобы ты мне помог быстрее найти ошибки и подсказал, может быть, какие-то типичные решения подобных ситуаций.

На принципе саморегулирования сейчас базируется основная часть европейской журналистики. При этом для нас идея саморегулирования и, особенно, институты саморегулирования, наверное, гораздо более важны сейчас, чем для европейцев - у нас сейчас гораздо более остро стоит вопрос о снятии конфликтов. Вот у меня в руках таблица с информацией о том, сколько по Тюменской области было исков к газетам только по 151-ой и 152-ой статьям Гражданского кодекса. И чудовищные суммы выставлены, и время потеряно, и доверие утрачено. А ведь многое можно снимать на досудебном уровне.

Для нас институты саморегулирования столь важны еще и потому, что, как это сегодня звучало на семинаре, журналистика растерялась. Обострилась проблема самоидентификации журналистики, сверхактуальна задача предохранения СМИ от использования их властью любого рода. Подчеркиваю: любого рода, потому что, говоря о защите свободы СМИ, мы должны говорить не только о государственной власти, не только о власти денежного мешка, но и о власти охлократии, давление которой СМИ испытывают постоянно.

С моей точки зрения, саморегулирование - это значимый для СМИ институт, это товарищеский круг, это профессиональный круг, это корпоративизм на принципиально важном для нас уровне - как инкубатор профессиональной морали.

Заключительное слово ведущего

На мой взгляд, цель семинара, как я ее понимал, реализована. Мы действительно совершили попытку понять моральную ситуацию в журналистском сообществе региона, при этом пытались сделать это не только усилиями самих журналистов, но и тех структур, которые прямо или косвенно влияют на судьбу цеха, будь то представители власти, издатели, общественные институции и экспертные структуры. Думаю, что такая попытка состоялась уже потому, что, как мне кажется, нам удалось найти баланс между стремлением к самокритике (не так часто профессиональные корпорации готовы сами себя критиковать) и необходимой долей объяснения всем критикам цеха, почему и как происходят те или другие моральные события в жизни СМИ.

Особую роль в успехе нашей попытки сыграло то обстоятельство, что на семинаре не просто участвовало на равных, но иногда и доминировало младшее поколение журналистов. Значимо и то, что старшее поколение “цеха”, вступая в диалог с молодыми на равных, делало это совершенно естественно.

Я хотел бы обратить внимание на перспективную роль семинара для Союза журналистов Тюменской области. Полагаю, что союз сможет опереться на результаты нашей работы, в том числе и в своих размышлениях о кодексе, кредо, или о других документах, связанных с профессиональной этикой регионального сообщества.

Благодаря семинару - и проекту в целом, - важные практические выводы могут сделать исследователи проблем журналистской этики. Так, еще до газетного выступления Тодора Воинского я уже запланировал во втором выпуске “Тетрадей...” в специальной статье, посвященной аналитическому обзору материалов проекта, консультативные фрагменты о социокультурной динамике морали и профессиональной этике журналиста. Может быть, это даст журналистам, достаточно зрелым, возможность узнать хотя бы азы профессиональной этики, и на этой основе понять, чем же отличается эта профессия от ремесла булочника или сапожника.

Для того, чтобы моя оценка семинара не оказалась “единственно верной”, мнение участников семинара о его целях и итогах будет представлено в специальной рубрике второго выпуска материалов проекта - “*Оценка семинара его участниками (Что удалось на семинаре? Что не удалось?)*”.

Спасибо всем участникам семинара и всем тем, кто нас поддержал.

“Экспертиза экспертизы”

ОЦЕНКА СЕМИНАРА ЕГО УЧАСТНИКАМИ *(1. Что удалось на семинаре? 2. Что не удалось?)*

М.В.Богданова

1. Авторам и участникам семинара удалось организовать диалог между поколениями журналистов. В диалоге проявились ценностно-ориентационные особенности работы нового поколения - самооценность, даже сверхценность, получения и передачи информации, при этом иногда без особого внимания к этическим нормам информационной журналистики. Журналисты старших поколений, напротив, акцентировали этическую сторону профессионализма.

2. Участникам семинара не удалось обстоятельно проговорить особенности современной деятельности СМИ с точки зрения их развития - именно развития профессии в наши дни, а не ее выживания.

Авторам семинара не удалось в должной мере рассмотреть позиции всех элементов экспертной системы именно как системы.

Р.С.Гольдберг

1. Я увидел на семинаре прообраз журналистского сообщества. Хотя нас разделяют взгляды и интересы, мы не позволили себе взаимные “разборки”, не показали себя стаей шавок, дерущихся за кость. Мы работали как коллеги.

Семинар не превратился в монологи мэтров, получился диалог поколений.

2. Чтобы сказать о том, что не получилось, надо долго думать. И все же отмечу, что схема маршрута поиска, предложенная авторами проекта, перенасыщена метафорами в ущерб точным характеристикам.

Е.В.Горбачева

1. Достигнут ли исследовательский эффект семинара - судить авторам проекта. Получен ли практический результат - понимание ценностей и “правил игры” регионального сообщества журналистов - покажет время.

Можно лишь сказать, что разговор об этике журналистов начат. Все дело в том, не одолеет ли наше сообщество столь распространенная беда - пассивность, не станем ли мы и дальше ждать от другого того, что надо бы делать вместе .

2. Жаль, что некоторые коллеги сознательно уклонились от участия в семинаре, видимо, полагая разговор о профессиональной этике излишним. Хотя, это ведь тоже позиция.

В.С.Горбачев

1. Прежде всего, удалось собрать вместе столь разобщенных в наши дни журналистов (конкуренция и т.п.), которые при всей текучке нашли возможность встретиться и поговорить о своих профессиональных проблемах.

Удалось договориться по некоторым вопросам или, по крайней мере, понять друг друга (о месте и роли СМИ в нынешние времена, о взаимопомощи и взаимовыручке в некоторых ситуациях и т.д.).

Удалось свести вместе журналистов разных поколений и дать им возможность услышать и понять друг друга.

Характер обсуждения был демократичным и корректным.

2. Не удалось полнее представить тюменские СМИ - районные газеты, районные и городские радиоканалы, а ведь это сегодня самые массовые СМИ.

Ю.В.Казаков

1. Ожидавшийся мною уровень семинара значительно перекрыт за счет подключения к проекту молодых журналистов и студентов. (Кстати, этим выполнены установки Совета Европы по культивированию профессиональной этики журналистов.) Состоялся равноправный диалог поколений.

Из того, что удалось, выделю успешную попытку некатастрофического анализа моральной ситуации в “цехе”. Состоялся аргументированный позитивный анализ ее.

2. Знаю, что критик, отмечающий слабый интерес авторов проекта к тому или иному аспекту темы, должен задать себе вопрос о том, входило ли обсуждение этого аспекта в цели семинара. Но критик может спросить: а можно ли было при разработке программы семинара уклоняться от этих аспектов?

Возможно, авторы проекта предполагали специальное обсуждение вопроса о связи реальной медиа этики с экономическими и политическими обстоятельствами на следующем семинаре. Но жесткая связь аморальных обстоятельств - давления на СМИ со стороны власти, сложнейшей ситуации в экономической базе СМИ - с практикуемыми "цехом" "правилами игры" осталась за рамками обсуждения.

Не было специального обсуждения конфликта норм и ценностей собственно журналисткой деятельности - и деятельности редакторов СМИ.

Е.О.Кох

1-2. Из множества проблем журналистской этики на семинаре была особо выделена проблема ангажированности. При этом другие темы были отражены меньше: этические проблемы сбора информации, взаимоотношений с источником информации, с читателем, и т.п. С одной стороны, это слабость семинара. Но ведь эти проблемы всегда обсуждались еще в советские времена, ставились в университетских курсах и т.д. Поэтому акцент на проблему ангажированности СМИ на нашем семинаре вполне оправдан.

В.И.Лысов

1. Удалось выяснить, по крайней мере, для самого себя, что поставленная семинаром тема журналистской этики не просто горячая, острая, востребована журналистами, но и с ней надо специально работать, особенно в наше динамичное время.

2. Хотелось бы, чтобы в семинаре участвовало большее число "рядовых" цеха. Недостаточно было участников от электронных СМИ.

Было бы хорошо, если бы больше внимания семинар уделил разбору конкретных ситуаций.

Надо, чтобы начатая семинаром работа продолжалась, даже если и не удастся еще раз получить поддержку института "Открытое общество".

Ю.И.Пахотин

1. Прежде всего, удалось собрать людей, которых волнует тема семинара (их, кстати, оказалось больше, чем я ожидал) и которые могут плодотворно обсуждать эту тему.

2. Не удалось (может быть, и не могло удаться) выйти за рамки поиска ответа на традиционный вопрос "Кто виноват?" и выработать, хотя бы начерно, общий подход в вопросе "Что делать?".

Поэтому нужно продолжить работу над этой темой, причем по горячим следам.

Т.А.Топоркова

2. Участники семинара или плохо поняли или не услышали выводы Л.С.Березина. Если его слова - приговор, зачем дальнейшее обсуждение? Нет необходимости реанимировать ценности и нормы сообщества. Если же это лишь одно из мнений, должна была возникнуть дискуссия с ним.

1. Проигнорировав "приговор" Л.С.Березина, участники семинара остались при своем мнении и попытались возвысить роль нравственных устоев доброй старой журналистики. Это обнадеживает.

Введение

Повышенный интерес автора настоящих заметок к журналистским текстам собственно региональной, тюменской части первого выпуска “Тетрадей гуманитарной экспертизы” имеет три, как минимум, объяснения.

1. Почти полтора десятка интервью, взятых профессором В.И.Бакштановским у представителей тюменских печатных и электронных СМИ в рамках подготовки семинара, дают в совокупности связное, консолидированное самой системой вопросов представление о *профессионально-нравственном* (в его конкретном - субрегиональном) и при этом - стихийном измерении жизни “цеха”. При этом в значении, *не обуженном* до установок конкретных союзов, ассоциаций, организаций, опирающихся на собственные профессионально-этические документы.

Не переоценивая “натуральности” опыта, инициированного отнюдь не медиа-сообществом, обратим внимание на сам факт того, что попытка ученого-этика “разговорить” часть представителей прессы удалась, а сам разговор не свелся к дежурным банальностям по части “идеально-должного” в профессии. Равно как и не исчерпался известными крайностями (“я царь” – “я раб”) личностно-профессиональной самооценки.

2. Данный “замер температуры” региональной части “цехового тела” изначально имел – и был этим вдвойне интересен - встроенный “мониторинговый” аспект. Пять лет назад, работая над проектом “Становление духа корпорации: правила честной игры в обществе журналистов”, его авторы сам проект выстроили на принципе региональной “двухопорности”: уравнивая не только в формальных представительских правах, но как бы и в профессиональном весе *московскую* часть “цеха” именно с *тюменской*. Интервьюировал тюменских журналистов тогда также сам профессор В.И.Бакштановский: основной идеолог и методолог проекта, автор (совместно с Ю.В.Согомоновым) его “диагностической” рабочей гипотезы, а также принципиальных, продвигающих итоговых тезисов, - своего рода *открытого письма* носителям корпоративного духа в российской журналистике середины 90-х годов.

3. За минувшие пять лет, под воздействием достаточно жестких российских реалий и в силу действия “пружины” естественного внутрiproфессионального саморазвития, система ценностей, принципов, приоритетов, в том числе “залоговых”, обнаруженная в разорванном российском медиа-сообществе проектом “Становление духа корпорации”¹, должна была каким-то образом измениться, в том числе в Тюмени. Каким именно образом, в каком направлении, в какой мере?

¹ О “залоговых ценностях”. “Залоговыми” я определяю для себя ценности достаточно устойчивые: не в один день и год сложившиеся в конкретной части конкретного профессионального сообщества - и *признаваемые своими*, или близкими себе, определенной частью социума, реальной или потенциальной аудиторией СМИ, через которые данная часть профсообщества имеет возможность выражать личное и групповое, в т.ч. “квазицеховое” мнение, и давать соответствующие оценки людям, событиям, идеям, прогнозам. *Признание своим*, способное принимать у части населения не просто публичный, но консолидированный и при этом направленный, деятельный характер, как бы страхует профессионала, позволяет ему оставаться “на плаву”, в состоянии активной востребованности, в том числе и при достаточно радикальных изменениях ситуации во внешней для профессии среде. Обратим внимание, однако, на то, что приверженность ценностям указанного рода способна играть и контрпродуктивную роль, выступать тормозом в развитии профессии, превращая профессионалов в прямого заложника массовых представлений о должном, правильном, нормативном “моральном”. Последнее происходит прежде всего тогда, когда воспреемником и носителем определенных ценностных представлений о должном, возможном и недопустимом, а равно о профессиональной норме поведения, связанного с реализацией такого рода ценностей, выступает охлократия в лице маргинальной части населения неблагополучной в социально-экономическом и социально-культурном плане страны.

Задав самой темой проекта «Ценности и “правила игры” регионального сообщества журналистов в координатах гражданского общества» определенные “условно-цивилизационные” направляющие для *строго индивидуальной* рефлексии по *сузубо “цеховому”* поводу (каждый из интервьюируемых, заметим, волен был как согласиться, так и отказаться размышлять о себе, своем круге, своей профессии в этих самых “координатах гражданского общества”), В.И.Бакштановский *спровоцировал* непростой, рискованный и, безусловно, болезненный акт индивидуально-коллективного *привставания на котурны*.

Параллель с *котурнами* неизбежна еще и в силу *принудительного* введения (внедрения) интервьюером в рече- и мыслеоборот собеседников понятия “*саморегулирование*”, очевидно еще не имеющего широкого хождения в российской масс-медийной среде 1999 года.

Отражение “зеркала” в зеркале внутрицеховой экспертизы

Освоив (при помощи набора фломастеров) тексты раздела “Внутрицеховая экспертиза. Взгляд из Тюмени”, я мог бы основное впечатление от прочитанного свести к пятилетней давности реплике из раздела “Послесловие редакторов” книги “Становление духа корпорации: правила честной игры в сообществе журналистов”: “*Не ответы, а рефлексия – запланированный продукт проекта*” 2.

Настаиваю на том, что подобное заключение никоим образом не умаляет всей совокупности достоинств ни первого выпуска “Тетрадей гуманитарной экспертизы”, ни каждого из авторов (включая прежде всего самого автора проекта гуманитарной экспертизы). Дело в том, что *публичная рефлексия* – как жанр, как способ поиска адекватного самовыражения на заданную тему, связанную с *общественными интересами*, отнюдь не напрямую корреспондирующимся с интересами цеховыми, групповыми и личными, - за последние годы очевидно *выросла в цене*. Решающийся на публичный подход к зеркалу, что скрывать, всегда, как минимум, обозначает не защищенное панцирем место: идет ли речь о сердце, склонном к инфарктам, или о бесплотной *душе*. А кому же придет в голову за здорово живешь “подставляться”, поверяя сокровенное не просто “городу и миру”, но собратьям по цеху, самой природой профессии ориентированным на *критический* подход к слову? Кому охота прослыть - тем более в своем кругу, по “*гамбургскому счету*” - если не блаженным, то странным, как минимум, выбивающимся из профессионального “мэйнстрима”: заметно *похолодавшего* за минувшее пятилетие.

Скорее пробиваясь к существенному, чем идя на поводу у выпорхнувшего слова, тема *примет перемен* во взаимоотношениях профессии с “городом и миром” и в самом профессиональном кругу (кругах), и за его (их) пределами обсуждается в России не первый день. Что касается “похолодания”: отмечая смену не только *стиля и тона*, но и, в значительной мере, системы ценностей, этических установок отечественной журналистики, перемену многими журналистами *угла зрения* (одновременно со сменой *точки обзора*), одни из коллег при этом ругательски ругают “*желтизну*”, непривычный прагматизм, а то и *цинизм* новых СМИ, столкнувшихся с *рынком* “в натуре”, и печалются по *доверительности* и *человечности* вчерашней, *советской журналистики*; другие, напротив, видят за *похолоданием* новый, но нормальный в основе, *навык выживания в реальной среде*. (По замечательному выражению одного из авторов “Тетрадей” – когда “свобода на халяву” закончилась.) А вот при упоминании былых профессиональных достоинств, добродетелей и заслуг цеха - в лучшем случае - морщатся: какая *доверительность*, коли журналист был одним из ведущих элементов известной Системы? Какая *человечность*, если он, по сути, лучше или хуже, но неизменно исполнял роль специальной скотины, обученной помогать вести в правильном направлении другую, необученную скотину? Коли и в самом деле ты, журналист, и по сей день не признался себе в том, что именно за это получал *грубый корм* из казенных хозяйских рук, - резон ли говорить, что прошлое осталось в прошлом? Коли ты ни разу не устыдился того, что *горел на работе*, получая, впрочем, и плату за службу, и, отдельно, гонорар за строки; коли ты и по сей день испытываешь

2 Становление духа корпорации: правила честной игры в сообществе журналистов / Под ред. В.И.Бакштановского, Ю.В.Казакова, А.К.Симонова, Ю.В.Согомонова. – М.:Начала-пресс,1995, с.371.

фантомную тоску по былому *моральному удовлетворению* от роли *народного заступника* (на деле - *слуховой трубки* власти, вспоминая время от времени о необходимости продемонстрировать *связь с народом*, приученным следовать букве последней передовицы и жить по принципу “лишь бы не было войны”), имеет ли смысл говорить о надежде на появление в стране новой, цивилизованной, *граждански ориентированной журналистики*? Когда потребность в возвращении *привластного социального статуса* откровенно глушит в тебе и интерес к защите *свободы массовой информации*, и, уж тем паче, потребность в *покаянии*, - на какое серьезное обновление устоев жизни профессионального общества с твоим членством можно рассчитывать? И насколько всерьез с тобой (таким, каков ты есть, - и при этом продолжающим формировать полосы и мнения) можно рассчитывать на социально точную общественную рефлексия, на действительно основательное осмысление гражданами общенациональных реалий и очевидно не “кисло-молочных” перспектив, на консолидацию усилий, выводящих страну из тупика, а не возвращающих к нему по другой траектории?

В связи со сказанным выдвигаю предложение, за которым стоит “зарубка” принципиального характера. Читая тексты, попытаемся держать в поле зрения тот факт, что пространство конкретных “тюменских журналистских” интервью в материалах рассматриваемого экспертного опроса представляет собой, помимо всего прочего, поле своего рода концептуальной “дуэли”. “Медиа-этосу” в значении, которое вытекает из известной трактовки понятия “этос” М.Оссовской (“стиль жизни какой-либо общественной группы, ориентация ее культуры, принятая в ней иерархия ценностей” - цитирую по статье В.И.Бакштановского и Ю.В.Согомонова “Этос” из “Словаря прикладной этики”, завершающего в качестве *Приложения* первый выпуск “Тетрадей гуманитарной экспертизы”³), противостоит – как миф “на вырост”, но и как диагноз, нуждающийся в подтверждении или опровержении, – “медиа-этос” как социокультурная (профессиональная) *практика*, возвышающаяся, говоря словами тех же В.И.Бакштановского и Ю.В.Согомонова, «над духом повседневности, над “средним уровнем” моральной порядочности»⁴.

С чем же мы имеем дело под занавес XX века на территории Тюмени: с профессиональными *нравами* или все же именно с “промежуточным уровнем между пестрыми нравами и собственно моралью, сущим – и должным”?⁵ Иными словами: имеем ли мы дело в Тюмени с *продвинутой* в профессионально-нравственном смысле журналистской средой (пользуясь привычным мне термином – с *пассионарными* носителями *морального начала*) или же со средой достаточно заурядной, дорожающей профессией как *стилем жизни*. Каким именно, учитывая множество *стилевых* различий? Не исключено, что и старым, известным: утром окинул землю взглядом, вмешался словом, помог словом, построил словом. Вечером – разлил с коллегой, обсудили мировые проблемы, поговорили о силе слова, о хороших людях и о тех, кто им мешает, – и опять пошел к буквочкам: бороться, помогать, преобразовывать.

Тех, кто готов обидеться на сказанное как на карикатуру, сразу предупреждаю: это не про вас, про мою собственную (не московскую) газетную юность, в которой все это было *на голубом глазу*. Ура или увы, что *на голубом*, без признаков не то что цинизма, но и просто здоровой прагматики? Увы: почему – смотри выше. “По делам их узнаете их”: рефлексия на тему “какое колесо вертим, вертись в колесе” у меня, как и у многих моих коллег, запоздала слишком надолго.

В этой же связи: спонтанная *рефлексия*, возникшая, казалось бы вдруг, на обращение известного ученого к конкретным тюменским журналистам и редакторам с предложением (воспользуюсь известной формулой Л.Жуховицкого) “остановиться, оглянуться”, – явление по своему знаковое. Какое уж тут “вдруг”, коли несомненно отвлекающий от привычной профессиональной суеты, от зарабатывания куска хлеба призыв “поговорить” встретил согласие, подкрепленное личным встречным усилием у людей, хотя и объеди-

³ Тетради гуманитарной экспертизы (1). Медиа-этос. Ценности и “правила игры” регионального сообщества журналистов в координатах гражданского общества. Материалы экспертного опроса / Отв. ред. В.И.Бакштановский. – Тюмень: Центр прикладной этики: XXI век, 1999, с.77.

⁴ Там же, с.78.

⁵ Там же, с.77.

ненных временем и местом проживания, но ведь таких несхожих: пришедших в “цех” в разное время, имеющих заведомо различный жизненный опыт и сугубо индивидуальные “профессиональные истории”, исповедующих различные идеалы или принципиально отказывающиеся от такого рода профессиональной “атрибутики”, представляющих очевидно различные по прокламируемым целям и принципам, спектру и уровню независимости издания.

В 1995 году, могу признаться задним числом, авторы “Становления духа корпорации” выделили именно тюменскую прессу из всех других субрегиональных российских по причине сугубо меркантильной, до неприличия банальной. Интервьюирование Владимиром Бакштановским журналистов Тюмени было вызвано прежде всего задачей максимально рационально израсходовать средства на само исследование - только таким образом могло хватить средств, выделенных тогдашним председателем Комитета по печати РФ Сергеем Грызуновым целевым назначением, не только на исследование, но и на печатный отчет по нему, на книгу.

Прочитав затем в одном из тюменских интервью о том, что выбор Тюменской области в партнеры Москве был признаком объективности исследователей, ибо “Тюмень – географический центр страны, а Москва – и мистический, и официальный центр страны, и каким-то образом два эти центра должны взаимодействовать”⁶, я, сознаюсь, поначалу просто улыбнулся: ничего себе мотивация! Но тут же и схватился за голову, осознав, какой моральный груз был взвален нами на плечи тюменских журналистов, – вместе с почетным бременем своего рода *полноправного представительства* всей российской провинциальной (в значении “не московской”) журналистики.

Тюменская журналистика, однако, испытание выдержала, что и позволило В.И.Бакштановскому на нынешнем этапе сделать следующий шаг к развитию традиции лично-коллективного поиска на региональном уровне. Появление на свет в мае 1999 года первого номера “Тетрадей”, посвященных медиа-этосу в его тюменском измерении, открыло возможность сравнения, сопоставления того, что “было” (1995), с тем, что “стало” в части настроений, самоощущения, самочувствия регионального сообщества, распространенных в нем представлений о собственном лице, достоинствах и дефицитах, проблемах и перспективах: не вообще в “цеховом” пространстве, а в пространстве части сообщества, вовлеченного в дискуссию.

Наконец, третье, индивидуальное объяснение: автор заметок буквально только что вычитал верстку первого, документального тома издания Фонда защиты гласности “Профессиональная этика журналистов”⁷, значительную часть которого составляют профессионально-этические документы национальных и международных журналистских ассоциаций и конкретных СМИ, и был настроен на работу не только экспертного, но и консультативного характера. Не в режиме дежурного терапевта, разумеется, выписывающего рецепты на патентованные импортные “лекарства”, а в качестве, скажем так, “говорящей шпартгалки”, экскурсовода, заранее радующегося открытиям любознательных и профессионально дотошных посетителей в наиболее интересном ему самому разделе пестрой, шумной, переполненной жизнью ярмарки.

Тексты основной, тюменской части “Тетрадей”, однако, внесли более чем существенные поправки в рабочий план процесса, именуемого “экспертизой экспертизы”.

Сначала отошла на второй план, а затем и вовсе показалась излишней задача сравнительной экспертизы регионального медиа-этоса 1999 и 1995 годов: не до жиру строить кривые, с *сущим* бы разобраться.

Практически тут же возникла и потребность в жестком разведении “субрегионального” с “полноправно представительным”. Можно, если кому-то это нравится, продолжать петь известную песню о различиях “журналистики в пределах Садового кольца” с другой, как бы “настоящей российской”. (Как ни печально, в тюменских текстах противопоставление такого рода – почти что общее место.) Куда как точнее, разумнее, да просто прагма-

⁶ Становление духа корпорации: правила честной игры в сообществе журналистов. С.83.

⁷ Профессиональная этика журналистов. В 2 т. Т.1. Документы и справочные материалы. Составитель Ю.В.Казаков / Под ред. В.И.Бакштановского и А.К.Симонова. – М.: Галерея, 1999. – 440 с.

тичнее, начать с уточнения: и внутри “Садового кольца” журналистик отнюдь не одна и не три, а уж тем более на российских пространствах “цеховое” под одну гребенку не подстрижешь. Казань, к примеру, в которой начиналась три десятка лет назад моя собственная журналистская жизнь (о прессе и жизни представителей прессы которой я и сегодня имею достаточно полное, регулярно обновляемое и освежаемое представление), ни в части качества самих СМИ, ни во многом из того, что касается настроения журналистов, на тюменский “канон” не наложишь: многое там – изначально другое, по-иному воспринимаемое изнутри. И находящее свою (более близкую к условной “московской”, на мой взгляд) форму рефлексии, проявления нравственного чувства, профессионального и гражданского сознания.

Но откроем, наконец, сами тексты “Тетрадей”: что в них – и за ними?

Несомненная особенность ситуации, существенный индикатор морального состояния тюменских журналистов, обнаруженный серией интервью, – высокий уровень неудовлетворенности общественной и медиа-ситуацией в целом, своей нынешней профессиональной и социальной ролью и социальным статусом профессии и профессионала. Наиболее типичное проявление такого рода неудовлетворенности, прием “от обратного”, – упоминание времен, когда пресса была “реальной четвертой властью”, когда предъявление редакционных “корочек” имело магическое воздействие, публикации получали резонанс, критические письма “отсылались в соответствующие инстанции для принятия мер”, а журналист работал с сознанием своей возможности “помочь людям решить очень многие вопросы”.

При том, что тема “СМИ как власти” возникает, и не один раз, и в других текстах (один из авторов, например, во имя создания “эффективных рычагов контроля над властью снизу” предложил коллегам объединяться “сначала по профессиональному признаку, а затем и политически”, – фактически реанимировав тем самым вброшенную в аудиторию IV Съезда Союза журналистов России, но, к счастью, не получившую поддержки и одобрения в 1995 году идею В.Г.Тамарина об учреждении своего рода “политической партии журналистов”⁸), обращение к теме “власть журналиста” любопытно, по меньшей мере, еще одной реминисценцией. Читатель во времена апофеоза гласности смотрел на газету “как на народного арбитра”. Достаточно осторожно относясь к формуле “народный арбитраж”, готов свидетельствовать: суждения популярного журналиста – особенно если речь шла о статьях, вышедших на пласт моральной проблематики, об очерках нравов, в том числе нравов власти, о судебных очерках и т.д. – нередко воспринимались некритически, принимались на веру таким образом, словно исходили от носителя истины в последней инстанции. От человека не просто кристально честного, чистого помыслами, житийски мудрого, да к тому же и вооруженного необходимыми для вынесения вердикта (а не просто – для тех или иных суждений) знаниями, но еще и обладателя некоей точнейшей системы измерения истинного качества слов, поступков, намерений смертных, от пресловутого “простого человека” – до творцов народной судьбы. Не задаваясь вопросом о совпадении идеала с натурой, заметим: в сознании современного журналиста, каким является автор обсуждаемой позиции, возникает – не просто как мемориальная подробность или как одна из разновидностей фантомных болей, но как своего рода нравственная потребность – ситуация, в которой “четвертая власть” оказывается на поверку еще и “неформальной третьей”.

Зафиксируемся на этом взгляде на вещи (за которым, если по-простому, – потребность профессионала в возможно более полном *доверии* читателя, зрителя, слушателя) не просто как на профессиональной мечте, но и как на своего рода самообязательстве соответствовать заявленному уровню претензий. И именно с этой рубежной, но ведь и рискованной, открытой “обзорной” позиции приглядимся (памятуя о праве известного мальчика судить о достоинствах королевского платья) к проблеме *моральной самоидентификации профессии и профессионала*.

Там, где у поэта “Ночь. Улица. Фонарь. Аптека”, базовую, исходную систему поисковых координат обозначим так: “Тюмень. Массовая информация. Право СМИ и журналиста

⁸ IV Съезд Союза журналистов России. Материалы и документы. - М.:СЖР, 1995, с.118.

на...”. А на что, собственно? На доверие, основанное на совпадении позиции журналиста с позицией читателя?

Попробую предупредить такую (заведомо *удушающую прессу в объятиях* всегда правого *народа*) трактовку предложением другой, достаточно устоявшейся в Европе. Обозначу – как своего рода первую *реперную точку* – ПРАВО НА СВОБОДУ ВЫРАЖЕНИЯ СВОЕГО МНЕНИЯ, распространяющееся на СМИ. Закрепленное почти три десятка лет назад Резолюцией 428 (1970) Парламентской Ассамблеи Совета Европы относительно Декларации о средствах массовой информации и правах человека это право, заметим, уже к 1993 году подкрепилось требованием “гарантии свободы самовыражения журналистов”, выступающих, в конечном счете, для граждан “основными источниками информации”. (Резолюция 1003 (1993) по журналистской этике, принята Сорок четвертой очередной сессией Парламентской Ассамблеи Совета Европы, п.14.)

Итак, условимся “на берегу”: мы исходим не только из конституционного права граждан России на свободу слова и свободу массовой информации, подкрепленного прежде всего статьями и нормами российского Закона о СМИ, но и из подхода к праву на слово *средства массовой информации и профессионального журналиста* Совета Европы: авторитетной международной организации, членом которой является Россия. Заметив, что подход этот, по сути, предупреждает различного рода попытки вывести из сферы права и ответственности редакции и журналиста, объявить принадлежащими кому-то целиком и полностью (в том числе ссылкой на “права учредителя”, к примеру) информацию и комментарии на конкретных полосах или радиоволнах; заметим также и то, что закрепление профессионального права на слово тем актуальнее, что на прессу сегодня претендуют далеко не только формальные учредители, но и “-кратии” самого разного, в том числе и формально никак не властного, рода, включая и *охлократию*, традиционно неравнодушную к слову.

Подкрепляя право профессионала на слово не только российской правовой нормой, но и европейской нормой новейшего образца, ответим вслед за интервьюируемыми на не задававшийся им напрямую, но все время как бы висевший в воздухе вопрос о том, как же это право ими используется? По сути, это и вопрос о качестве самого профессионального цеха, и о степени его ответственности вкупе со свободой, и о ценностях, определяющих то или иное поведение журналиста, проявление им своего профессионального “я”.

Надо признать, что модели “зеркало” или “зеркальщик” (примем обе, несмотря на очевидную неточность обеих) в тюменской ипостаси, как минимум, самокритичны. Один из авторов употребляет применительно к профессиональной продукции цеха расхожее, но внятное слово “чернуха”, другой, характеризуя моральную ситуацию в цехе же, и вовсе говорит о “глухой тоске” и о “купленности”, “продажности” журналистики. Последнее обстоятельство, фактически, не оспаривается участниками заочной (через ответы на вопросы интервью) дискуссии; спор идет о том, проводить ли в принципе – и если да, то где именно – границу между безнравственностью нынешнего российского общества и безнравственностью современной российской журналистики. В этом хоре голосов фактически тонет голос одного из участников экспертизы, признающего, правда, что “ангажированность” в журналистской среде достаточно высока, но утверждающего при этом, что журналистика свою нравственность не утратила. Не слишком хорошо понимая, как может быть нравственным ангажированный журналист, я, тем не менее, саму попытку конкретного профессионала сохранить профессиональное достоинство мог бы только приветствовать, – когда бы не настойчивое стремление значительного числа участников опроса фактически спрятаться за широкую спину общества (например, такое суждение: “ситуация в журналистике не может сильно отличаться от ситуации в обществе”) и за грехи перед журналистикой государства (“Трудно обвинять кого-то в продажности, когда само государство, в котором мы живем, вынуждает к такой продажности”).

Сразу скажу, что выступать в роли записного ригориста, всерьез объяснять, почему журналисту негоже оправдываться, в том числе и такими, формально верными отсылками к внешним обстоятельствам, – не хочется. Кто и в самом деле не понял меру особенности (и ответственности) журналиста, его обязанности иметь одежду *без признаков пятен*, – человек в деле случайный, в том смысле, что именно непрофессиональный: со всеми вытекающими для общества и самой профессии последствиями. Кто оправдывается, отводя

глаза, – не безнадежны уже потому, что честны перед читателем и друг другом, признаваясь в недуге.

“Не безнадежны” не означает, впрочем, “правы”. Боюсь, что и здесь проблема может не всегда восходить к внешним обстоятельствам (порой действительно грубо, безнадежно, в режиме, “несовместимом с жизнью свободной профессии”, противоречащим минимальным стандартам нормальной журналистской практики), – сводясь, скажем, к уже отмеченному выше феномену “приобщения” нравственных требований особой профессии к “общественной” планке. Очевидно, что нуждается в дополнительном изучении конкретная почва, подпитывающая данный феномен. Что же до самого феномена – он не нов в принципе (известен, скажем, основной принцип формирования редакционной политики традиционного *таблоида*: он не должен быть ни умнее, ни нравственнее своего читателя) и опираться может, в том числе, на достаточно моральные, формально правильные и даже продуктивные, на первый взгляд, установки.

Одна из таких установок всплывает и в “Тетрадах”, я имею в виду позицию, выраженную в суждениях типа “никакой журналистской этики нет и не будет” или “отдельной журналистской этики... не существует. Она является частью общественной морали”. Упомяну в этом же ряду и симпатичную, гордую формулу “Мой кодекс сидит во мне. Никому не удавалось его поправить”. Что касается именно последнего: теоретически вариант “абсолютного морального слуха”, наверное, представим. Но как быть при этом с тем, что личный “кодекс” конкретного журналиста при таком положении дел рискует остаться за пределами признаваемого профессиональным сегодня, – ведь это самое “профессиональное” отнюдь не абсолютно, оно растет вместе с профессиональной практикой, изменяется с течением времени, в том числе и отведенного на жизнь одному поколению профессионалов?

Не имея возможности обстоятельно дискутировать в рамках данного обзора с носителями трех точек зрения, завязанных на один (с модификациями) подход, напомним: профессиональная мораль, принципы и нормы, связанные с конкретным делом, сформировались и получили закрепление, в том числе писанное, не на пустом месте. Они потребовались и оказались востребованными именно там, где забуксовала в процессе взаимодействия индивидуумов внутри “цеха” и “цеха” с обществом бытовая мораль, представления о нравственном лица или группы лиц, далеко не обязательно разделяемые даже ближайшими соседями.

Что далеко ходить за примером: я, как бы это мягче сказать, почти занемог, прочитав в очень насыщенном словами, означающими для меня “реперные” точки (“культура журналиста”, “профессиональная солидарность”, “противоречие между срочностью и точностью информации” и т.д.), интервью одного из участников опроса тот ударный первый абзац, который на старом апээновском языке именовался – в американской традиции – “литом”. “Нас учили – и наставники, и сама жизнь, – что журналист обязан поступать по принципу: пришел, увидел, сделал свое дело. Поэтому он должен действовать активно, даже агрессивно. Те, кто знают цену и своему времени, и времени собеседника, ведут себя именно так. В противном случае рискуют остаться ни с чем. Отсюда и понятие журналистской этики, за которой – этика общества”.

Табуированное, запретное в мировой профессиональной этике, не оказалось ли здесь возведенным в ранг нормы и правила? В самом деле: пришел, увидел – понятно. Но что значит “сделал свое дело”, что и как именно сделал? С каким представлением о границах между нормальным и недопустимым в работе, с какой мерой ответственности за опубликование факта, ситуации, детали личной биографии? Что понимается под “активными” действиями журналиста? Если немотивированный напор, показная агрессивность, то это просто *плохая школа*, показатель отсутствия общей и профессиональной *культуры*. Знает ли представитель такой “школы”, что большинство профессиональных журналистских кодексов, как европейских, так и американских, требуют от журналиста подчеркнутого уважения к объекту профессионального интереса; “уважение” же и давление, агрессия в любой форме, в том числе в форме “прессинга” – ягоды очевидно разных полей.

Если же речь об агрессивности не показательной (что, видимо, более вероятно), вряд ли случайно читаем у того же автора чуть ниже: “Человек должен понимать, что значит общаться с журналистом. Это ведь, как на следствии: все, что сказано вами, может быть

использовано против вас”, ситуация более острая: и для “профи”, и для профессии, и для гражданина с конкретным именем и ситуацией, и для общества в целом. Да, человек и в самом деле должен знать, с кем имеет дело, но в смысле очевидно *обратном тому, что имеет в голове автор* тезиса об “агрессивности”. Большинство известных мне кодексов не просто требуют от журналиста представляться и честно информировать собеседника о своих целях, но и принимать дополнительные усилия к тому, чтобы люди, никогда не имевшие дела с профессией и профессионалами, случайно “не подставились”. Какое уж там “как на следствии”: это журналист должен все время подстраховываться (не вторгся ли на запретное поле частной жизни, не имея к тому решительных оснований, не задел ли те или иные чувства собеседника, не причинил ли ему дополнительную травму, если речь идет о потерпевшем или человеке, потерявшем близкого, – и так далее). Норма – именно в этом, а не в отказе от правил цивилизованного общения в погоне за стрелкой секундомера.

Чтобы не возвращаться еще раз к цитированной позиции, считаемой автором производственной необходимостью: сама ссылка на “спешку” как обстоятельство, помешавшее профессионалу проверить *достоверность* передаваемой гражданину информации, не принимается никем и нигде как ссылка основательная, именно – профессиональная. Что же до бесхитростного признания автора в “домысливании” применительно к информации, то никакие ссылки на Бориса Полевого поправить ее не могут. Современный подход мирового сообщества к данному вопросу определяется простой, но жесткой формулой, применяемой к повзрослевшей журналистике: *информация, предоставляемая журналистами, должна быть достоверной в том, что касается новостей, и – честной в том, что касается мнений*⁹. Эта формула может нравиться или огорчать; на обстоятельства, которые мешают реализовывать ее, можно злиться или просто ссылаться, как на непреодолимое препятствие. Важно, однако, отдавать себе отчет в том, что по линии *достоверная* (не достоверная, сфабрикованная) информация – *честное* (не честное, не ложное, но представленное с изъятиями, существенными для общей картины) мнение проходит не просто “судоходный” фарватер современной журналистики, но и само разделение на собственно журналистику – и нечто иное, включая “грязные” информационные технологии.

Напоминать об этом приходится, в том числе потому, что первый выпуск “Тетрадей гуманитарной экспертизы” дает немало поводов говорить об облегченном – именно в строгом профессиональном смысле – подходе профессионалов к делу. Давят обстоятельства, включая все тот же дефицит времени? (Замечательно в этой связи признание одного из авторов, очевидно озабоченного падением доверия к журналистам общества: “этические ошибки, которые я допускаю, на 90% зависят от отсутствия времени”.) С таким признанием трудно поспорить по факту. А по существу? Простите меня: разве в той же Москве, в Бонне, где мне довелось в свое время поработать, или в каком-нибудь Секешфехерваре на журналиста не давит тот же временной фактор? Давит, и еще как. Так почему же в том же Бонне, в Дебрецене или в Колумбусе, штат Огайо, (если я правильно помню американскую географию) журналист считает невозможным выпустить самый “горячий” материал без двойной-тройной перепроверки фактов, а в Тюмени – может?

Выберу из множества причин, определяющих такое, *не профессиональное* положение дел, три, “всплывшие” на различных страницах первого выпуска “Тетрадей гуманитарной экспертизы”, три, показавшихся мне наиболее актуальными для данной части разговора.

Первую – называли многие, характеризуя различия между журналистикой Москвы и Тюмени. При очевидно разных словах, речь шла о специфике, связанной с масштабами региона, укладом и традициями (об отсутствии у тюменского журналиста, к примеру, бытовой анонимности, известной каждому живущему в Москве), о специфике образования общественного мнения и специфике самого профессионального сообщества. Один из участников экспертного опроса определил последнее, как “мягкое”, пояснив, что даже изрядно провинившегося в тюменской профессиональной среде откровенно третировать не будут.

⁹ Резолюция 1003 (1993) по журналистской этике, п.8.

Не приводя других высказываний того же ряда, обращаю внимание вот на какое обстоятельство: в излишне “мягком”, не консолидированном общими принципами, нормами, традициями сообществе заведомо не действует принцип *нерукопожатности* - один из наиболее сильнодействующих в кругу порядочных людей, заботящихся о личной и групповой чести, о достоинстве профессии и ее представителей, о доверии читателей.

Замечу здесь же: при том, что собственно моральной лексикой – *честь, достоинство* и т.д. – тексты “Тетрадей” до странного не перегружены (и это обстоятельство скорее смущает, заставляет думать об определенной “непрогретости” не только языка, но и мыслей, и чувств участников экспертного опроса, чем позволяет надеяться на намеренный уход журналистов от того, что может быть воспринято как пафосность, громкое слово), интервью дают основания полагать, что проблемы доверия граждан, определения дефицитов и перспектив морального характера, поиска путей преодоления кризиса региональной журналистики действительно никого из опрошенных В.И.Бакштановским не оставили равнодушным.

Но обратим внимание: достаточно критично расценивая состояние регионального сообщества журналистов (типичные суждения: “сообщества нет”, “регионального сообщества нет”, “сообщества нет, есть чиновники от журналистики” и т.д.), послушно и с интересом оглядываясь на слова “кодекс” и “саморегулирование”, участники опроса, очевидно, не думают об изменении “правил игры” в самом “цехе” способом самым простым и доступным: путем применения к явным “нарушителям конвенции” “санкций” простейшего частного характера, - начиная с той же *нерукопожатности*.

Разумеется, - и это второй “причинный” пункт, который представляется мне существенным, - применять “санкции” к “нарушителям конвенции” в отсутствие самой конвенции сложно, в том числе и по моральным причинам. Но тут надо понимать, что, откладывая проблему до момента, когда удастся выработать какой-то свой, региональный кодекс, тюменские журналисты, во-первых, рискуют потерять время, загнать болезнь внутрь. И что, во-вторых, вовсе не факт, что специально разработанный кодекс окажется по качеству лучше так и “не запустившегося” Кодекса профессиональной этики российского журналиста.

Если говорить о технологии “оздоровления”, то до подхода некоего гипотетического инновационного, поискового документа (если он вообще имеет шанс появиться в Тюмени) есть, как представляется, два практически равнозначных промежуточных решения проблемы. Первое – заключается в том, чтобы договориться – не оглядываясь на другие регионы – считать у себя практически действующим упомянутый только что Кодекс профессиональной этики российского журналиста, формально принятый еще пять лет назад СЖР в качестве *обязательного документа для каждого журналиста – члена СЖР*.

Другое решение – признать для себя в качестве обязательной региональной нормы, например, *принцип 7* Резолюции №2 “Журналистские свободы и права человека”, принятой в декабре 1994 года 4-й Европейской Конференцией Министров по политике в области средств массовой коммуникации¹⁰. Речь идет о формализации определенной профессионально-этической основы (которую логичнее отнести к разряду *минимальных стандартов профессионально-правильного поведения*, чем к профессионально-этическим кодексам), признанной в качестве таковой Советом Европы, - пусть в качестве временных “правил игры”.

И, наконец, третий пункт: настоящее, искомое, востребуемое профессионалами “цивилизация” тюменской журналистики может начаться только тогда, когда сообщество в лице конкретных редакций и во главе с конкретными главными редакторами (пусть их будет поначалу 3-4, этого достаточно для того, чтобы сдвинуть процесс с мертвой точки), начнет не на собраниях журналистской организации даже, а для начала на рабочих местах, в коллективах, формирующих конкретную, фирменную систему полос, конкретную передачу, и именно день за днем заниматься пыльной, муторной, хлопотной работой, ориентированной на повышение уровня профессионализма конкретных сотрудников конкретного СМИ. Не столько, может быть, направленной специализацией, способной не вдруг, но радикально поправить ситуацию, которую один из авторов деликатно назвал

¹⁰ Совет Европы: документы по проблемам средств массовой информации. Информационно-издательское агентство “ЛИК”, 1998, с.26.

“достаточно поверхностными познаниями во всех сферах бытия” (плохо структурированная, не специализированная российская журналистика, особенно на уровне региональном, очевидно, еще долго будет болеть вынужденной “всеядностью” репортера или аналитика), сколько наработкой основ профессионализма в сфере медиа-этики, способной по-своему ослабить издержки вынужденной всеядности журналиста.

Поясню, о чем идет или должна, как мне представляется, идти речь в первую очередь. Читая тексты “Медиа-этоса”, я на специальных листочках выписывал для себя, во-первых, “просвеченные” авторами личные представления о профессиональных правилах, а во-вторых, предлагаемые ими рецепты продвижения к определенным взаимоотношениям и в самом медиа-сообществе, и, главное, в его отношениях с внешним миром. По части норм и правил, очевидно, для начала стоило бы просто собрать и систематизировать сказанное Ю.С.Бубновым (нельзя использовать полосы для личной схватки журналистов, нельзя злоупотреблять служебным положением, отвечая оппоненту; обязательно тому же оппоненту предоставлять место на полосе для ответа)¹¹, Р.С.Гольдбергом, Е.О.Кох (“главная заповедь для журналиста – не соври”)¹² и другими. Ну, а потом? Очевидно, далее стоило бы внимательно посмотреть, что же именно принято считать профессионально-этическими принципами, нормами, правилами в многообразном мире профессиональной журналистики за пределами российских границ и в этих пределах: обращая внимание уже не только на нормы первого порядка, устоявшиеся и обязательные (вроде права гражданина, задетого СМИ, на ответ), а на нормы-маячки, огораживающие пространства повышенной моральной неопределенности и повышенного риска для профессионала. Среди таких норм, к примеру, нормы, связанные с преодолением запрета на доступ к информации, на вмешательство в частную жизнь и т.д. Если очень коротко: кондовый, линейный подход ко многим вопросам уже стал достоянием вчерашнего дня; общество, доверяя журналисту и нуждаясь в доступе к информации, значительно расширило свободу маневра профессионала, – как правило, под его же редакционную и “цеховую” (через институт *саморегулирования*) ответственность.

Здесь мне придется сказать пару слов о профессиональной культуре особого рода, – культуре *преодолевать склонность к мифу как заменителю достоверной информации*, обязательной для устойчивого гражданского мира. Заранее прошу извинения за некоторое изменение тональности разговора, связанное только и исключительно с некоторыми проблемами профессионально-этического свойства, выявленными именно проектом «Медиа-этос: ценности и “правила игры” регионального сообщества журналистов в координатах гражданского общества».

Начну так: можно и нужно огорчаться незнанию журналистом в Тюмени, Казани или той же Москве зарубежных профессиональных кодексов, успешно применяемых годами, а то и десятилетиями, или отсутствию у нашего журналиста внятных представлений об основных моделях саморегулирования в журналистских сообществах многих стран, но это огорчение, строго говоря, не глубокое. Да, в том, что касается профессионального образования, профессиональной квалификации, пока живем, как жили: считая уровень профессионализма делом сугубо личным. Живем если и не на острове, то на полуострове; связи наши с внешним миром все еще слабы. И опыт чужой, в том числе успешный, получаем мы с неизбежным, хотя и крайне досадным опозданием. Но это – дело наживное, тем более, что в части кодексов, как минимум, информационные прорывы происходят и будут происходить. (Упомянутый выше первый том двухтомника “Профессиональной этики журналистов” – “Документы и справочные материалы”, – только что изданный Фондом защиты гласности, содержит большое количество документов такого рода, в т.ч. впервые переведенных на русский язык.)

Но вот читаю разделы, посвященные упоминавшемуся выше отличию региональной тюменской журналистики от московской, – и начинаю нервничать: а коллеги в Тюмени московскую-то прессу – кроме “популярных в народе” “СПИД-инфо” или “Комсомольской

¹¹ Тетради гуманитарной экспертизы (1). Медиа-этос. Ценности и “правила игры” регионального сообщества журналистов в координатах гражданского общества. Материалы экспертного опроса / Отв. ред. В.И.Бакштановский. – Тюмень: Центр прикладной этики: XXI век, 1999, с.19.

¹² Там же, с.30.

правды”, к примеру, – в руках держат? Если нет – как можно судить о московской прессе, не зная ее? Если да – откуда этот разговор “через губу”, эта странная нота брюзгливого презрения к СМИ, несомненно более продвинутом – по моим представлениям – как минимум, в том, что касается гражданских, культурных, профессиональных позиций? Разумеется, я говорю не обо всей столичной прессе, она более чем разнообразна, в том числе по качественным параметрам, но только и исключительно о прессе интеллигентной. “Независимая газета”, “Сегодня”, “Московские новости”, “Время МН”, “Коммерсант”, “Известия”, “Новые известия” – называю только часть своего ежедневного газетного рациона; журналы не упоминаю вовсе. Читая эти газеты и практически в очень высокой степени доверяя не только информации, но и мнениям, оценкам, прогнозам их ведущих журналистов (как и оценкам журналистов НТВ или “Эха Москвы”), как должен я, скажите, реагировать на высказывания вроде: московская пресса “заражена сенсациями”, “москвичи живут в своем, придуманном мире”, “столичное фанфаронство – всех примерять на свою, столичную мерку”? А как на такие, к примеру: “региональная пресса в моральном аспекте чище”, “позитивные изменения идут из провинции, именно здесь неписанные правила журналистского сообщества еще соблюдаются”, “провинциальный журналист более чувствует ответственность перед аудиторией”?

Реагирую, как могу: выражением огорчения и досады. Да, мне досадно. И не только потому, что приведенные оценки несправедливы по отношению к одним и откровенно, “с походом” завышены по отношению к другим. Досадно прежде всего то, что сказанное выражает определенный подход (“они” и “мы”), фактически не нуждающийся в аргументации и не стремящийся к поиску истины. Не знаю, может быть и в самом деле такой подход суть – защитная реакция, может быть, так удобнее думать о себе и о других, ощущая, что тебе куда менее удобно жить, чем этим самым “другим”. Но, кстати сказать: кто из сравнивающих не просто итоги, но и условия труда готов всерьез говорить об удобствах и неудобствах жизни настоящего, а не карикатурного московского журналиста?

Сталкиваясь с описываемым подходом досадно еще и потому – продолжу ряд, – что на размашистых и неочевидных (про крайней мере для читателя, зрителя и слушателя “моих” СМИ) репликах-мифах, очевидно нарушающих одну из основных профессионально-этических заповедей - *уважай коллегу по профессии*, – ломается, рассыпается, не успев пройти фазу структуризации, профессиональное сообщество журналистов, требуемое обществом в том числе на уровне общероссийском, федеральном.

И самое главное: мифы подобного толка нередко именно журналистами переносятся на уровень сознания читателей: основательно, зачастую необратимо подрывая доверие не только к московской прессе, но и ко многим инновационным идеям, к российским перспективам периода необходимой, хотя и крайне непростой, болезненной модернизации. К действительно сильной и уважаемой миром России, очевидно непредставимой без развитого федерализма, а равно и без Москвы как федерального центра.

Давайте говорить прямо: серьезно относиться к российской прессе как к *пассионарной* - не только в политическом, социальном, но и в моральном смысле - части современного российского общества, можем ли мы позволить себе роскошь противопоставлять прессу прессе не по уровню профессионализма, не по степени формирования культурной среды, не по вкладу в предполье информационной цивилизации, а по простому региональному признаку?

Хвалить всегда приятнее, чем ставить под сомнение, тем более – оспаривать взгляд на вещи. Но есть еще один поворот сюжета, предполагающий полемику. Речь идет о мифологии, создаваемой вокруг формулы “*координаты гражданского общества*”.

При том, что само по себе обращение к теме поддержано всеми (что, на самом деле, крайне важно, носит принципиальный характер), весьма спорны многие представления о предмете разговора. Предмете сверх важном, предполагающем размышление о путях, перспективах, проблемах, судьбах российского общества. И кому, как не медиа-этносу, если такой действительно подрастает в регионах, проявлять себя при обращении к теме содержательным собеседником: по меньшей мере, основательно освоившим сказанное, написанное о феномене не за одно столетие – и во многом уже реализованное практичным человечеством? Ожидать этого тем логичнее, что едва ли не любой разговор с рефлексирующей, *совестливой* частью представителей российской журналистики о перестройке и о роли, сыгранной в ней журналистами и прессой, выходит на признание: “мы

слишком легко отнеслись к своей миссии впередсмотрящих”. Уже сорвав голоса во взаимных спорах о том, куда и зачем шли (и вели) и к чему пришли (и привели), - можно ли не использовать интервью как повод озадачиться заботой поглубже понять природу гражданского общества, его основные особенности?

Вот пакет вполне мифических представлений о гражданском обществе, принадлежащих участникам экспертного опроса. Перечислю некоторые элементы из пакета в обзорный, охватываемый глазом ряд, добавляя к некоторым минимальный смысловой комментарий.

Гражданское общество – общество, где человеку дают удочку? Но ведь “удочка” – это там, где рынок. “Удочку” давали и в Германии известных времен, да только о гражданском обществе речи там не шло и не могло идти никоим образом: тоталитаризм и гражданское общество – глубочайшие антагонисты.

Гражданское общество – как разношенные ботинки; общество, где человек не замечает присутствия власти? Разве? Гражданское общество – видел вблизи – умеет быть весьма ощутимым, ибо основа его – система разумных самоограничений и оправданных ограничений, позволяющих гражданам, обществу и государству ужиться друг с другом.

Гражданское общество - это когда интересы одного увязываются с интересами другого; это общество, где каждый получает возможность самореализоваться; это просто нормальное общество, противоположное нашему нынешнему; это общество, где у людей есть объединяющая цель?

Останавливая перечисление тезисов подобного рода, приведу еще одно мнение: гражданское общество – это общество, в котором журналист пишет, не задумываясь о том, что потом скажут в том или другом доме власти...

Не создается ли таким образом новая утопия, фактически отрывающая гражданское общество от практики целого ряда реально существующих стран (уверяю вас, журналист в них – практически во всех – крепко думает о том, что пишет, и о возможных последствиях публикации)? И переносящая вопрос о практических технологиях формирования гражданского общества в плоскость утопии, фантастики, сказки для взрослых.

И коли так – надо ли, в самом деле, всерьез интересоваться ценностями гражданского общества, обсуждать эти ценности с читателями, относиться к гражданскому обществу как к самосбывающемуся прогнозу, в формировании которого граждански ориентированная журналистика ежедневно может что-то делать, – начиная с того же просвещения читателей, у большинства из которых (увы!) сегодня попросту нет других источников информации, генераторов небытовых идей, чем те же СМИ?

Не буду обсуждать сказанное участниками опроса (прочитанное) о саморегулировании цеха: вброс этого сильно нагруженного теорией и практикой (к счастью, но – не у нас) термина прошел по касательной, очевидно не задев “нерва” экспертизы. Может быть, пока и к лучшему.

Заключение

Подводя итог, повторю то, чем начал: главным достижением проекта стала *открытость рефлексии* участников интервью. Можно ли принять за основу диагноз, поставленный “профи” самим себе, региональному сообществу в том виде, в каком оно сложилось и существует на коротком этапе до очередного передела информационного поля, который в Тюмени, как становится ясно, уже начат губернской властью и несомненно обещает полосу смуты, потрясения материальных и моральных основ сферы массовой информации, тектонические сдвиги еще не сложившейся, не устоявшейся профессиональной породы?

Скажу так: и да, и нет, ибо этот диагноз пока еще не прошел через полосу многоэтапного очного диалога, скрещения аргументов, мнений, опыта заинтересованных сторон, - очевидно полезного и очевидно срочного, если говорить об особенностях момента. Вероятно, один из таких этапов - собственно семинар по теме проекта.

Станет ли такой диалог, если состоится, отправным звеном в цепочке внутрицеховой дискуссии, станет ли сама эта дискуссия фактом, а еще лучше – постоянно действующим фактором развития медиа- и гражданской жизни региона? Сформируется ли в его ходе некий *региональный механизм саморегулирования*, который будет работать не только в режиме “амортизатора”, страховочной лонжи, института досудебного урегулирования споров, но и генератора импульсов саморазвития, самосовершенствования, в ко-

тором любая профессия, а уж журналистика поболее многих других, и нуждается, и сможет черпать внутренние силы?

Время покажет. Как покажет и то, родится ли в диалоге профессионалов хотя бы один кодекс, выстроенный в логике “правил честной игры”. Единственное, в чем я убежден наперед, так это в том, что кодекс такого рода решительно невозможно сочинить за ночь двум-трем светлым головам, декретировать сверху, а уж тем более - “забить в мозги”, как предлагает тот тюменский коллега, который искренне убежден, что в Америке журналистов называют цепными псами демократии.

Не развенчивая последний образ, но лишь уточняя его – со ссылкой на преамбулу Декларации этических норм Ассоциации издателей и пресс-менеджмента, где говорится о том, что газета является в глазах граждан “бдительным сторожевым псом, охраняющим их законные общественные интересы”¹³, я, собственно, именно на общественных интересах и хотел бы поставить последнюю из “реперных” точек.

На мой взгляд, наиболее актуальная сегодня для тюменских (как и московских, казанских, ростовских и т.д.) журналистов практическая задача могла бы быть сформулирована следующим образом: направленное, преодолевающее очевидные и пока еще неочевидные трудности продвижение к минимальному стандарту профессиональных норм и правил – с одновременным набором элементов конвенционального характера, без которых не выстроить настоящий кодекс. И формирование – через *диалог профессионалов* – авторитетного местного экспертно-консультационного института, способного работать (для начала - за закрытыми дверями, избегая давления и власти, и денег, и групп граждан, организованных по интересам) - по конфликтной профессиональной проблематике. Работать в режиме, известном формулой “гамбургский счет”.

Реплика у трапа

Если удастся такой институт сформировать, – буду искренне рад, ибо вижу к тому много более оснований, чем в процессе проведения дистанцированной текстовой экспертизы. Делаю эту приписку, вернувшись из Тюмени с семинара, участники которого обсудили проблему, уже держа в руках первый выпуск “Тетрадей гуманитарной экспертизы”.

Как мне показалось, семинар, организованный и проведенный АНКО “Центр прикладной этики: XXI век”, не просто удался, но основательно “завел” профессиональную аудиторию, к взаимодействию в режиме “гамбургского счета” до сих пор, по-моему, не очень-то стремившуюся. Подождем развития сюжета: самостоятельных шагов сообщества, получившего на семинаре существенный новый опыт взаимодействия, работы в режиме направленной, этически ориентированной взаимной экспертизы.

¹³ Профессиональная этика журналистов. В 2 т. Т.1. Документы и справочные материалы. Составитель Ю.В.Казаков / Под ред. В.И.Бакштановского и А.К.Симонова. – М.: Галерия, 1999, с.39.

В.И.Бакштановский, Ю.В.Согомонов

МЕДИА-ЭТОС КАК ПРЕДМЕТ ГУМАНИТАРНОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ: ПЕРВЫЕ ВЫВОДЫ

Введение

Актуальность. Экспертиза современной ситуации в отечественном медиа-этносе - задача, актуальность которой не требует особых доказательств. Столь же очевидно, что результаты такой экспертизы позволят медиа-сообществу сконструировать "зеркало", посмотревшись в которое отечественная журналистика сможет отразить специфику нравственной жизни постсоветского общества в целом, нравственной жизни журналистской корпорации - особенно. В свою очередь, проведенная в рамках экспертизы диагностика послужит средством профилактики неадекватных результатов самоопределения профессионального сообщества к мировому и отечественному опыту саморегулирования, в том числе - опыту кодифицирования профессиональной морали журналиста.

Проблемная ситуация. Наиболее распространенная тенденция структур российского медиа-сообщества наших дней в отношении к медиа-этике характеризуется тремя моментами: (а) вольное или, скорее всего, невольное, вынужденное обстоятельствами, стремление обойтись без предварительной диагностической оценки моральной ситуации и рефлексии смыслоценностных ориентиров своего самоопределения в постсоветском обществе, (б) не декларируемое, но твердое намерение опереться скорее на интуитивное понимание природы морального кризиса "цеха", (в) рационально-иррациональное решение избрать ускоренную процедуру самоопределения - через обращение к практике саморегулирования в мире и в стране посредством рефлексии широкого спектра профессионально-этических кодексов.

Замысел проекта "Ценности и правила игры регионального сообщества журналистов": концентрация внимания медиа-сообщества (в конкретно взятом регионе) на попытке экспертизы практикуемых "цехом" ценностей и правил игры - экспертизы, в основание которой положен тезис о том, что активное включение в процесс саморегулирования профессии ставит задачу предварительного понимания и выбора мировоззренческих ориентиров такой саморегуляции.

Методология. В основе проекта лежит методология гуманитарной экспертизы¹⁴. Выбор именно этой методологии обусловлен тем, что познание такого специфичного предмета, как мораль - в том числе и профессиональная мораль, - существенно ограничивает использование традиционного инструментария, характерного для тех, кто ведет поиск объективных истин, озабочен ретушированием "случайных" личностных смыслов, не доверяет "расплывчатым" концепциям понимания, стремится к поддающейся формализации репрезентативности и проч.

Одним из более или менее адекватных природе морали вообще, и профессиональной морали в том числе, методов познания, - а точнее понимания нравственной жизни человека, группы, профессионального сообщества - является метод диалогического общения *исследователя-консультанта* и *эксперта*, независимо от того, ведут ли они очный или заочный диалог, идет ли речь о "меритократической" или "демократической" версиях гуманитарной экспертизы.

Выбор участника проекта - *эксперта* - сложная методологическая задача. Для минимизации авторского произвола предпринимается во-первых, "конструирование" *системы зеркал* для профессионального сообщества, позволяющих ему увидеть самого себя в рефлексивных статусных позициях: журналиста, главного редактора, издателя - будь то деятель власти или бизнесмен, лидера профессиональной ассоциации, исследователя - политолога, социолога и т.п. Во-вторых, за счет рекрутирования в корпус экспертов представителей и т.н. *центральной*, и т.н. *региональной*

¹⁴ См.: Гуманитарная экспертиза: Возможности и перспективы / Отв ред. В.И.Бакштановский, Т.С.Караченцева. - Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ие, 1992; В.И.Бакштановский, Ю.В.Согомонов, В.А.Чурилов. Этика политического успеха / Научно-публицистическая монография. Тюмень-Москва: Центр прикладной этики, 1997, с. 373-434.

прессе, экспертов-авторов из Москвы и Тюмени. В-третьих, благодаря тому, что при выборе, к примеру, *эксперта-журналиста* ставка делалась прежде всего на его *имя*, на авторитет в “цеховых”, профессиональных, а также читательских, общественных кругах.

Стремясь сформировать *экспертную систему*, авторы проекта обратились к ряду профессионалов, которые знают, чувствуют этос сообщества “изнутри” (“внутренняя экспертиза”), и - одновременно - к тем, кто видит журналистов, их деятельность и нравы как бы со стороны, тесно прикасаясь с ними в процессе собственной профессиональной деятельности (“дистанцированная экспертиза”).

Гуманитарная экспертиза и неразрывно связанная с ней *консультативная* функция проекта предполагают обеспечение диалога исследователя с экспертом через предъявление последнему *модельных* форм профессионального этоса, оформленных в том виде, в каком они представлены в *обыденном сознании* и в *стереотипизированных картинах аналитиков*. Собственные научные пристрастия авторов проекта относительно “наиболее правильной” модели могли быть включены в предмет экспертизы и консультирования, но не были предпочтительными.

Итак, природа метода гуманитарной экспертизы потребовала от авторов проекта инициировать *моральную рефлексию самого сообщества*. В отличие от “чисто” социологического или “чисто” морализаторского подходов, которые менее всего нуждаются в партнерских отношениях с “предметом” исследования, поддерживаемый нашим методом режим *консультативного* опроса экспертов или проведения семинара стремится нести в себе диалогический - не назидательный, не вульгарно-дидактический - потенциал, позволяющий профессиональному сообществу узнать себя в системе зеркал. При этом использовать “зеркало” дважды: материалы экспертного опроса стали одним из предметов обсуждения на семинаре. А если и не узнать, то не отбросить “зеркало” на манер того, как это сделала капризная сказочная красавица-царица.

Отнюдь не все из тех, к кому мы обратились с предложением участвовать в проекте, согласились на сотрудничество. Среди, как минимум, полдюжины причин отказа: “некогда - работы много”, “у газеты денег нет на выпуск следующего номера, поэтому не до этики”, “тема надуманна”, “правды не скажешь, испортишь отношения с “цехом”, а врать не хочется” и т.п.

Задачи. В соответствии с замыслом проекта, задача предпринимаемой здесь экспертизы результатов двух его этапов - экспертного опроса и семинара - заключается в рефлексии смысловых оснований процесса саморегулирования “цеха”, представленных в текстах участников проекта. При этом мы считаем возможным и целесообразным анализировать процесс саморегулирования даже в той ситуации, когда его сегодняшние мотивы связаны не столько со стремлением к самосовершенствованию, сколько с реакцией на внешние обстоятельства.

Экспертный опрос и семинар решают прежде всего задачу самооценки моральной ситуации в профессиональном сообществе. В этом плане проект является начальным этапом долговременной работы, предполагающей в дальнейшем как критику и самокритику материалов самооценки, так и конструирование сообществом собственных версий кредо и кодекса профессиональной этики.

Но уже в рамках данного проекта начата реализация критического направления. С этой целью создана рубрика “экспертиза экспертизы”, в рамках которой мы и предпринимаем оперативный, по горячим следам семинара, анализ его итогов.

Ограничения. Во-первых, наш анализ итогов проекта - предварительный. Поэтому он не предполагает обстоятельного разбора текстов участников проекта, опубликованных в двух выпусках “Тетрадей...” - это задача последующей работы¹⁵. Во-вторых, наш анализ не может отменить самооценки опубликованных в “Тетрадах...” экспертных текстов. С не меньшим основанием, чем в послесловии к книге “Становление духа корпорации”, в которой доминировали тексты столичных авторов, мы можем предположить, что в своей совокупности тексты двух выпусков “Тетрадей...” после того, как сойдет поверхностная актуальность проблематики, могут получить статус “свидетельства эпохи”. Разумеется, этому предположению не повредит и известная доля скепсиса. Тем не менее представленные в двух выпусках “Тетрадей...” материалы проекта - *публичный* итог проекта.

В-третьих, необходимо трезво понимать пределы эффективности собственно этического подхода, не отменяющего и не заменяющего экономического, политологического, социологического подходов, показывающих причинно-следственные связи “цеха” с окружающим миром, но не являющихся задачей данного проекта.

И, наконец, еще одно ограничение. Авторы заранее просят прощения у тех участников проекта, которые посчитают, что их тексты интерпретированы неадекватно. Разумеется, вина в таком случае полностью лежит на нас.

¹⁵ Ср., например, послесловие редакторов в кн.: Становление духа корпорации: Правила честной игры в обществе журналистов / Под ред. В.И.Бакштановского, Ю.В.Казаква, А.К.Симонова, Ю.В. Согомонова. - М.: НАЧАЛА-ПРЕСС, 1995. С.361-370, и главу в кн.: В.И.Бакштановский, Ю.В.Согомонов, В.А.Чурилов. Этика политического успеха. С. 625-661.

Алгоритм анализа. Наш анализ материалов проекта предполагает рассмотрение основных “болевых точек” и “точек роста” медиа-этноса, как они представлены в понимании участников проекта. При этом анализ позитивных итогов самопознания медиа-сообщества и его спорных моментов осуществляется в контексте фундаментальных смыслов (значит, не сводится к анализу целей), мировоззренческих оснований-ориентиров профессиональной этики журналиста.

Соответственно, мы предлагаем журналистскому сообществу, переживающему, как показывают тексты участников проекта, состояние известной смысло-ценностной растерянности, концептуальные ориентиры, способные, на наш взгляд, послужить своеобразной консультацией процесса саморегулирования “цеха”. Для более глубокого диагноза моральной ситуации в сообществе мы предлагаем элементы концепции социокультурной динамики морали. Для выбора координат профессионального самоопределения - некоторые идеи этики гражданского общества. Для критического осознания профессиональной миссии, кредо сообщества - ряд существенных черт теории профессиональной этики. Для начатого “цехом” процесса кодификации принципов профессии - идею своеобразного декалога для процесса нормотворчества.

Социокультурная динамика морали

Вектор изменений моральной ситуации в современной журналистике: “катастрофа”? “кризис”? рождение нового? Так был сформулирован вопрос, обращенный к участникам семинара. В свою очередь, его содержание отражало типичные оценки ситуации, данные участниками предшествовавшего семинару экспертного опроса. Диапазон оценок вполне может быть представлен суждениями, показывающими не только полярные оценки, но и широкую палитру диагноза.

Первое суждение - “катастрофическое”: “Мораль и наши реальные корпоративные отношения - понятия несовместимые”. Или: “Да, степень доверия к СМИ пока остается выше, чем степень доверия к правительству, другим общественным институтам, в том числе и церкви, но все же она упала катастрофически”.

Второе - прагматическое: “Журналистика стала, как ни странно, честнее. Или циничнее - кто как хочет это понимать”. Конкретизируя оценку, автор говорит, что речь идет о циничности “по отношению к самому себе, к окружающим, к ситуации”. При этом подчеркивает, что “в данном случае это слово не несет негативного оттенка. Может быть, более точно сказать, что профессиональная мораль стала трезвее, рациональнее?”.

Третье суждение - оптимистическое: “В отличие от суждений достаточно большого числа журналистов, я не считаю, что журналистика утратила свою нравственность. Из всех четырех ветвей власти наиболее честной - может быть, менее купленной - пока остается журналистика”.

Конкретизацией “катастрофической” модели диагноза может быть такая, например, оценка: “стоит, наверное, согласиться с мнением, что современная моральная ситуация в журналистике не может не вызывать глухой тоски”. Для “кризисной” модели характерна оценка ситуации в СМИ как имеющей достаточно оснований для пессимизма, конкретизируемая тезисом о том, что “люди и в наши дни остаются порядочными. Так же и журналисты”. Сходна позиция другого эксперта, полагающего, что та или иная оценка ситуации в СМИ связана с тем, что “все-таки очень много в этой профессии зависит от устоев личности”.

ОСНОВНАЯ черта морального кризиса, по мнению большинства экспертов, ангажированность СМИ. Объяснение этого феномена имеет, судя по анализируемым материалам, несколько вариантов. Один из них - прагматический - проявлен в суждении о том, что в нравах “цеха” “сви-репствует цинизм” и потому “сегодня, наверное, никто в журналистской среде не стыдится поговорки о музыканте, которому заказывают музыку, никого она не приводит в нравственное смятение”. Второй вариант - “смирение перед обстоятельствами”: “Сегодня пресса поставлена в такие условия, что для того, чтобы выжить, надо, грубо говоря, продаваться. О какой морали в этом случае можно говорить?”. В третьем варианте замечен конструктивный тезис об отсутствии абсолютной несовместимости требований морали и рыночной экономики применительно к деятельности СМИ: “Можно говорить об этике торговца? Что ж, тогда давайте говорить и об этике торговли журналистом своим талантом”.

При этом кризисную ситуацию в нравственной атмосфере “цеха” можно и нужно прожить: “Только тот, кто познал глубины падения, может познать свободный воздух горных высей”. Более того, прожить достойно: “Влияние рынка на журналистскую этику зависит от самого журналиста. За деньги можно продаваться, а можно их просто зарабатывать”.

ОБРАТИВШИСЬ к суждениям участников семинара (напомним, что, по замыслу авторов проекта, этот этап давал возможность провести своеобразную “экспертизу экспертизы” материалов экспертного опроса, и такой эффект обеспечивался сходством проблематики первого и второго этапов проекта, а так же тем, что и в экспертном опросе, и в работе семинара участвовали по большей части одни и те же эксперты), подчеркнем, что “катастрофические” оценки на семинаре практически не звучали. Доминировал диагноз взвешенно-позитивный. Это отражено и в лаконич-

ном суждении, не соглашающемся с “катастрофическим” диагнозом: “изменение вектора моральной ситуации в современной журналистике скорее можно назвать кризисом, чем катастрофой или рождением нового“, и в развернутом выступлении другого участника семинара, стремящегося отвергнуть крайние оценки ситуации и выделить вполне позитивные тенденции. В споре с коммунистическими и либеральными оценками автор берется «утверждать, что сегодняшняя журналистика и пресса, за редким исключением, стали человечнее и даже гуманнее. Именно сейчас они оказались более интегрированы в общество, пусть и не могущее пока претендовать на гордое звание “гражданского”».

Однако даже из рационального диагноза ситуации не следует делать успокоительные выводы: “Я сказала, что по поводу ситуации в журналистской этике не надо паниковать, но из этого не следует, что вовсе не надо беспокоиться и можно жить, ожидая манну небесную. Я имела в виду, что не надо слишком много говорить о кризисных моментах, а нужно что-то делать в связи с этим”. Что именно? Во всяком случае, не уклоняться от личного морального выбора в сложной ситуации: “Дело в точке отсчета: деньги - мораль - желание самореализации... В процессе заключения компромиссов с самим собой, ежедневно подбрасываемых обстоятельствами, важно не ошибиться в принципе, с величиной: не опуститься в собственных глазах, не сломаться. Убеждена - репутация дороже денег, поскольку с именем-то - жить. Будем реалистичны: журналист - профессия, зачастую используемая, это явление естественное. Вот только надо на это идти с открытыми глазами и предвидеть последствия: а во что все выльется?”.

ОДИН ИЗ ОСНОВНЫХ факторов известной неопределенности в диагностических оценках ситуации - непроработанность “правил игры” в отношениях журналистов с новым субъектом медиа-этноса - издателем. Мы предполагали, что, даже не вынося тему новых “правил игры” в программу опроса и семинара, обнаружим ее значимость уже потому, что в состав участников семинара были включены деятели медиа-бизнеса и представители властных структур, причастные к изданию СМИ.

И действительно, соответствующие суждения появились в материалах проекта. Одно из них характеризует новую ситуацию в медиа-этике негативно: «Я наемный работник по натуре, человек, не способный и не стремящийся создать свое дело. Но сегодня, по сравнению с советскими временами, быть наемным работником противно. Нынешние издатели - бизнесмены или политики - намного циничнее прежнего единовластного и полноправного учредителя. Поэтому я готова разделить оценку, данную нынешней ситуации в СМИ А.Симоновым: “Гласность поступила с прессой так, как богатый мужчина иногда поступает с женщиной: соблазнил, бросил и, наконец, выгнал на панель”».

В то же время важно преодолеть неадекватные интерпретации самого факта появления новых конфликтов в медиа-этике. «Одно из проявлений практикуемых нашими СМИ “правил игры” - неадекватная интерпретация отношений редакций и владельцев издания. Абсолютное большинство газет так или иначе получает то, что называется помощью спонсора, точнее - прямое финансирование, а если говорить еще точнее, просто имеют хозяина - в юридическом смысле слова. Большинство газет находится в таком положении, но некоторые из них особенно любят указывать на наличие хозяина у другого издания и влияние хозяина на позицию газеты. Хотя сама выступающая с такой проповедью или отповедью газета принадлежит кому-то, и по этой логике у меня не меньше оснований предполагать, что все, что в ней пишется, диктуется ее хозяином. Правда, умные люди, ...понимая финансовые основы современных СМИ, умеют определить, в какой публикации есть заказ хозяина, а в какой - нет».

С позиции издателя, проблема “заказа”, обычно воспринимаемая с “негативной нагрузкой”, выглядит не столь безнадежной в моральном смысле. “Не следует ли, что если я сам выступаю в роли заказчика от имени городской власти, то журналист, сотрудничающий с мэрией, - это обязательно человек с сомнительными моральными устоями? Ни в коем случае. Когда я выступаю заказчиком в городских грантах для СМИ или соучредителем некоторых СМИ, мой личный взгляд на свою работу и то, как ее освещают СМИ, - разные вещи. Если мы с какой-то группой журналистов сходимся в понимании стратегии развития города, ее конкретных проявлений и отдельных действий городской власти, в этом случае журналисты - независимо от моей воли - положительно освещают политику, проводимую органами местного самоуправления. Однако если местная власть допускает ошибки, те же журналисты возмущаются неправильными действиями, не ощущая никакого давления со стороны мэра”.

Источник “правил игры” в такой ситуации не должен быть единственным. По мнению участника проекта, занимающего позицию издателя от имени властной структуры, при всех трудностях создания системы “правил игры” между СМИ, властью и обществом “процесс их формирования и исполнения не может быть односторонним. Если общество не будет активно выражать свою заинтересованность в качестве прессы, например, в активизации ее интерактивного потенциала, т.н. “обратной связи”, трудно рассчитывать на то, что пресса будет действительно ответственной”.

И все же в качестве приоритетной проблема “правил игры” журналиста и издателя в достаточной мере так и не прорвалась в поле интересов участников семинара. При этом сама проблема просто обречена на то, чтобы стать важнейшим предметом дальнейших теоретических исследований и конструктивной рефлексии самого медиа-сообщества¹⁶.

ПОДВОДЯ ИТОГ краткому обзору первой части материалов проекта, отметим, что весь диапазон характеризующих кризис самоидентификации профессионального сообщества журналистов, прежде всего - неадекватность “катастрофических” оценок и известная расплывчатость некоторых оценок, относящихся к модели “кризис” - связаны как с неопределенностью самой ситуации в профессионально-нравственной жизни цеха (“Я бы не сказала, что мы дезориентированы, но каждый ориентирован по-разному”), так и с теоретической неосвоенностью проблемы критериев морального диагноза.

Придать рациональный характер диагнозу ситуации, смягчить катастрофичность - или сверхцинизм - настроений может не столько даже напоминание о том, что “глухую тоску” вызывают скорее *нравы*, чем собственно морально-должное в журналистской этике, сколько подход к пониманию современной профессионально-нравственной ситуации в СМИ в терминах *этоса* отечественной прессы. Именно поэтому в приложении к первому выпуску “Тетрадей...” была опубликована одна из статей Словаря прикладной этики - “Этос”.

В свою очередь, эффективность анализа природы и содержания морального кризиса отечественных СМИ тесно связана с включением этого анализа в контекст исследования морального кризиса российского общества в целом. В связи с этим, для более адекватного диагноза моральной атмосферы “цеха”, сообществу надлежит обратиться к выдвинутым в специальной литературе представлениям о социокультурной динамике морали.

Не ставя здесь задачи изложения этих представлений в полном объеме¹⁷, подчеркнем, во-первых, что, конечно, симптоматика морального кризиса и в обществе, и в профессиональном сообществе слишком очевидна и выразительна, чтобы не породить и выводы о “катастрофе”, и глубокую заботу о судьбе нравственности. Но, во-вторых, именно поэтому надо бы попытаться прийти к пониманию ограниченности диагностического потенциала, содержащегося в непосредственном чувстве боли. В-третьих, моральный кризис - это не просто хаос, распад мира ценностей, тем более - не полное “отмирание” морали.

ДУХОВНО-НРАВСТВЕННАЯ неопределенность, являющаяся особенностью современной российской ситуации, обусловлена, на наш взгляд, одновременным функционированием сразу трех нормативно-ценностных систем, представляющих, пусть и не буквально, “три морали”, - последовательно возникшие и одновременно сосуществующие три фазы исторического развития общественной нравственности - *традиционная мораль, рациональная мораль, пострациональная мораль*.

Несмотря на цивилизационный плюрализм с его колоссальным разбросом во времени и пространстве, все народы, продвинувшиеся от архаики к цивилизованному существованию, так или иначе прожили - а многие все еще проживают - стадию традиционности. На мораль этой стадии решающим образом повлияла застойность, малоподвижность всего социума, которому был присущ социокультурный гомеостазис (рутинные методы производства, натуральное хозяйство, локальные связи, едва заметные социальные перемещения, опосредованность отношений производства органическим и ограниченным коллективом, будь то сельская община, городская коммуна, каста, цех, гильдия, приход и т.п.). Подобные микрокосмы поглощают своих членов до такой степени, что сами и выступают субъектами социального действия. В них преобладают сплоченность, неформальные связи, иерархическая упорядоченность отношений, инерция укоренившихся видов деятельности, деспотия наследуемого опыта. Индивиды с интравертной культурой, сбалансированностью желаний и нормативных культурных образцов, аффективным мировосприятием пребывают в состоянии самоудовлетворения: принимая условия своего существования как собственные, а не отчужденные, они почти не стремятся их преобразовать, улучшить или как-то обновить.

¹⁶ На заседании “круглого стола” по теме “Журналистика: ответственность общественной профессии” С. Бунтман рассказал о стихийном поиске “правил игры” для новой ситуации выбора, в которую вовлекается журналист в условиях рыночной экономики. Речь шла о достаточно жестком эксперименте, который “уже несколько лет проводят на себе - индивидуально или коллективно” - журналисты, “которые осознают или смутно ощущают некую свою общественную роль... не пропаганда, но сбор информации, передача ее как можно более объективной”. Речь идет об эксперименте “на совместимость задачи объективного освещения реальности, как ее понимает журналист, и задачи выживания”. Суть эксперимента - «в налаживании взаимоотношений с тем, кто дает деньги и, может быть, некие указания, определяя линию поведения... того или иного СМИ. Отношения эти не налажены практически никак. Каждый раз - импровизация, творчество и некое умолчание, договор “по рукам”: давайте не будем говорить о презренных деньгах и наших с вами обязательствах» (см. Приложение к журналу “Досье на цензуру”, № (3)1. 1998. С.8-11).

¹⁷ См. об этом в кн.: В.И. Бакштановский, Ю.В. Согомонов, В.А. Чурилов. *Этика успеха: Введение в доктрину*. Тюмень-Москва: Центр прикладной этики, 1996. С.27-36, 96-132.

В традиционных социумах довлела ориентация на прирожденный, а не на обретаемый в результате достижений статус. Это не исключало состоятельности в поведении, но центр тяжести ее помещался не в производительной, а в социетальной сфере; при этом жизненные стратегии не выбирались индивидами самостоятельно. Если приоритеты успешности и обнаруживались, то во внесистемных секторах традиционных социумов. Например, в сфере торгового капитала, где зачастую действовали этнические или конфессиональные “чужаки”, которые, приспосабливаясь к рутинному окружению, были вынуждены культивировать достигательную мотивацию поведения, идущую вразрез с традиционными установлениями.

В “верхах” такого общества практиковались кастовые кодексы великодушия и щедрости, а вовсе не расчетливости и хозяйственной эффективности. Они берут начало еще в полисной ментальности, когда удалось осуществить синтез аристократического и демосного этосов, которые в эпоху Средневековья расщепились на составляющие: аристократический, рыцарский, отчасти и монашеский этосы и этос бурга, слившиеся уже за историческими границами традиционного социума. В официальной морали этого социума царил принцип любви в его христианской интерпретации, хотя он весьма слабо коррелировал с реальными нравами. В целом преобладали поведенческие нормы и правила сословного и общинного, прежде всего крестьянского, солидаризма.

Ситуация начинает коренным образом меняться на исходе традиционных социумов, при становлении индустриально-урбанистической цивилизации, переход к которой, по метафоре М.Вебера, означал “пролом традиционности”. Люди попадают в макромир “большого” социума, впоследствии - в гражданское общество, когда, добровольно или вынужденно, “катапультируются” за пределы своих чуть ли не чувственно воспринимаемых микромиров - общин, самодостаточных малых групп, локальных общностей. В новой цивилизации, в бескрайних социальных пространствах, в радикально изменившихся сетях человеческих отношений значительная часть поведенческой аксиоматики, правил, установлений, обычаев и даже сакрализованных заветов, которые столь прочно цементировали традиционный социум, придавая человеческим добродетелям очевидный характер, начинают утрачивать свою обязывающую силу. В сетях человеческих отношений появляются отношения между участниками углубляющегося разделения труда и обмена результатами специализированной деятельности. На рыночной площади и на политическом поприще, тем более в конфликтных, конкурентных отношениях, неуместными оказываются требования типа “возлюби ближнего своего”. То же относится и к кодексам великодушия и щедрости, с презрением отвергающим договорные, а не “органические” отношения, расчетливость и правило эквивалентности воздаяния.

Вся система общественных отношений перестраивается в соответствии с принципами рациональности. В этом направлении меняются отношения с природой, ставшей объектом покорения, с государством, социальными институтами. Рационализируются процессы обмена, производство знаний. Утверждается обязывающая сила логического мышления, способность отделять факты от мифов, обычное право - от права формального, начинается использование научных технологий. Рационализации подвергается даже религия, насколько это вообще возможно. Происходит и рационализация отношений между людьми - благодаря свободному подчинению универсальным нормам рационального поведения и отделения его как от косного обычая, так и от произвола и вседозволенности. Автономная личность высвобождается от патерналистской опеки, совершает акты морального выбора, производит максимизацию целей и средств своей деятельности, осознает собственные интересы и интересы других, оказывается готовой к адекватной самооценке, поиску своего должностования и определению характера персональной ответственности не просто перед “кем-то”, а за “что-то”.

Эти универсальные и абстрактные правила рыночного и политического поведения, соответствующие им ценности можно называть “нетрадиционной”, “неестественной” или рациональной (рационализированной) моралью, занятой, по саркастическому выражению Ф.Ницше, “объестествливанием” моральных ценностей. Следуя таким нормам, индивиды могут все в большей степени служить удовлетворению потребностей незнакомых им лично людей, расширяя тем самым границы человеческого сотрудничества, обеспечивая известное единство в обществе и сообществах, реализуя присущие им свойства самоорганизации и самоуправления. Рыночная экономика, политические институты общества, специализированная деятельность в организациях просто не могут успешно функционировать, не располагая мощной поддержкой в виде норм и ценностей рациональной морали с ее обязательными правилами для всякого, кто вступил на публичную площадку, независимо от того, оказалось ли это ему выгодно в конкретном случае или же, почему-то, не оказалось (в этом заключается основное отличие данной морали от утилитаристской этики).

Принципы и нормы солидарного и бескорыстного поведения, товарищества и братства, столь понятные в “малом” социуме, кажутся - за небольшими исключениями - рискованными и даже излишними в агональных, конкурентно-соревновательных отношениях. То же происходит с моральной доктриной приоритета благополучия общины, коммуны над благом отдельного человека, его семьи. Но это не дает оснований предполагать, будто ценности “естественной” морали деваль-

вируются. Именно они “очеловечивают” социум, социальные связи людей, особенно тогда, когда со всех сторон усиливается их формализация. Ценности альтруизма, товарищества, солидарности и взаимопомощи остаются непререкаемыми ориентирами помыслов и поступков в масштабах малых групп, общин, приходо́в, в традиционных секторах общества. И за этими границами они остаются “фаворитами” морали, но применяются более сдержанно и избирательно. В экстраординарных, форс-мажорных обстоятельствах (война, экологические бедствия, аварии сложных технических систем и т.п.) данные ценности перемещаются от периферии к центру нравственной жизни, являя всю свою мощь и духовную красоту.

Рациональная мораль, конечно, не выражает духа беззаветной любви к ближнему и сплоченности, она прозаична. Вместе с тем она воплощает этику ответственности, требует не доброжелания и симпатий, а беспристрастности и уважения между агентами “большого” гражданского общества. Не столько мотивы поступков и характер намерений, сколько позитивные результаты в различных их измерениях - критерий добра и зла такой консеквенциональной этики. Но поскольку, ориентируясь на позитивные результаты, человек как бы “обречен” приносить благо другим, пусть даже не испытывая расположения к ним, а лишь являя верность долгу, правилам честной игры, то его мотивы преданности нормам рациональной морали и уважения к людям можно было бы называть относящимися к “безадресному альтруизму”.

Рациональная мораль, наиболее полно представленная в этике предпринимательства, в политической и профессиональной этике, содержит в себе потенциалы саморазвития. В ней выращаются инвективы против варваризированного рынка, политики в духе нравов “дикого поля”, рыночных, политических, административных стихий в том их виде, в каком они предстают вне и до насыщения ценностями культуры и этики. Рациональная мораль обеспечивает эффективность “открытого” общества вовсе не путем его идеализации, но за счет систематической моралистической критики рыночной экономики, своеобразного политического рынка, огромных организаций профессионалов любой направленности. Такая критика, абсорбируя экстремальные формы протеста, позволяет снизить силу кризисных факторов, погасить влияние губительных для цивилизации тенденций, предложить надежные средства от засилия морального релятивизма и догматизма, от чрезмерной приверженности к социокультурным основаниям рыночной, политической и профессионализированной деятельности, от мифологии жизненных концептов призвания, связанного со служением делу и ориентацией на успех. В то же время эффективность такой критики ограничена определенными пределами, так как негативные тенденции в нравственной жизни, различные формы морального отчуждения возникают не только при нарушении запретов рациональной морали, но и тогда, когда большинство агентов “открытого” общества следуют ее предписаниям.

В ситуации затяжного кризиса техногенной цивилизации есть все основания говорить и об ее моральном кризисе. Трактуются такой кризис на множество ладов: сколько существует в мире идеологий, столько и способов интерпретации кризиса, его этиологии, симптоматики и терапевтических программ. Больше всего обращают внимание на контрасты цивилизационного развития, когда производственные, технологические, организационные, информационные достижения сосуществуют с ростом отчуждения, с актами вандализма и терроризма, с ростом преступности, с утратами в трудовой морали и в сфере смысложизненных значений.

Однако моральный кризис, расшатанность нравов означают не только хаос в мире ценностей, распад этого мира, коллапс морали, но и растянутый во времени многосторонний и трудный процесс обновления нормативно-ценностной системы данной цивилизации, накопления порожденных ею позитивных тенденций в нравственной жизни, с которыми связаны обнадеживающие перспективы. Речь идет об информационной революции 70-80-х годов, перетряске всех социальных структур, формировании социально ориентированной экономики, создании условий для возрождения трудового этоса, развитии массового предпринимательства и ограничении всевластия монополий, ослаблении социальных конфликтов и росте “среднего класса”, о развитии личности производителя, изменении представлений об общественном богатстве.

Все это позволяет говорить о том, что эволюция морали вступила в какую-то новую фазу, начала обретать новую аутентичность, в связи с чем встал вопрос о возникновении “пострациональной” морали. С одной стороны, продолжаются процессы усиления имморального потребительского духа со свойственными ему жизненными стилями, и его антипода в виде ощущения иллюзорности любых социально значимых успехов, крайнего индивидуализма, фрагментации жизненной стратегии поведения. И то, и другое порождают “человека для себя”, который стремится к моральному равносвию, достигаемому путем снижения требовательности к самому себе, ограничения сферы применения моральных оценок узкими фамилистическими отношениями. Такой человек находит равновесие в исполнении принятых ритуалов с ограниченной ответственностью, все предписания этики сводит к рецептам самовнушения довольства или же вообще отказывается от любых устойчивых сетей взаимных обязательств и обязанностей. С другой стороны, наблюдается процесс преобразования нормативно-ценностной системы общества и “малых” подсистем, общностей. При этом не исчезает потребность в инновациях и инноваторах, в людях, обращенных к

ценностям успеха, не происходит отказа от фундаментальных ценностей индустриализма и демо-либерализма.

Пострациональная (пострационализированная) мораль не вытесняет предшествующие типы на обочину нравственной жизни. Она определенным образом “надстраивается” над ними, обретает особые способы сосуществования на равных основаниях, без снисходительного взирания на “отставших”, “мизерабельных”, “социальных призраков”. При этом в изменяющемся обществе не исчезает потребность в универсальных моральных нормах, но удовлетворяется она не за счет ограничений для иных ценностных ориентаций. Пострациональная мораль побуждает к ревизии установившихся взаимоотношений между ценностями делового и профессионального успеха, между этими ценностями и ценностями жизненного успеха. По-новому пострациональная мораль подходит и к личностной проблеме соотношения целерационального и ценностно-рационального типов социального действия. В ней ставится и решается вопрос о праве на предпочтение одного из этих типов социального действия другому, об оптимизации их сочетания, конфигурации в жизнедеятельности в целом или же в ее узловых точках. В отличие от рациональной морали, которая исподволь грешила эзотеризмом и заносчивостью “людей успеха”, пострациональная система ценностей свободно легитимизирует каждое из названных предпочтений, терпимо относится к любым их пропорциям и комбинациям. Принцип уважения к личности, выпестованный на ценностях энергетике успеха, оказывается в обновленной системе координат не столь уж несовместимым с принципом уважения к личности, воспитанной в духе ценностей солидаризма, и личности, принявшей квиетизм - “философию покоя”, не говоря уже о тех, кто исповедует мужественный стоицизм.

Нравственная мудрость, на которую стремится опереться пострациональная мораль, предполагает ясное осознание как того неустрашимого факта, что мораль рациональная содержит в себе возможность иссушения нравственных чувств людей, их машинизации, так и того, что одна только естественная мораль может сделать людей совершенно неприспособленными для существования в “открытом” обществе. Мудрость вводит запрет на отсечение этих двух ценностных универсумов друг от друга или на восприятие какого-либо из них как “низшего” или “высшего”, как адекватного понятию морали или неадекватного ему. “Новейшая” мораль, улаживая спор универсумов, полагает, что различия между ними берут свое начало не столько из разных исторических эпох, сколько из различных сфер жизнедеятельности - публичной и частной, профессиональной и непрофессиональной, протекающей в рамках иерархически выстроенных организаций или вне их. Не просто осознать данные различия, но неизмеримо сложнее овладеть искусством переключения из одного ценностного мира в другой - духовные издержки при этом неизбежны. Подобное признание не предвещает “новейшим” сладкую нравственную жизнь - останутся и драмы нравственных поисков, соответствующие психологические смещения, фрустрации, тягостные утраты идентичности, и трагедии ненахождения смысла жизни.

ПОДВОДЯ ИТОГ, подчеркнем, что кризисные явления в сфере нашей общественной морали (несомненно влияющие и на профессиональную мораль) прежде всего отражают напряженный конфликт традиционалистских ценностей и ценностей модернистских. При этом и всех нас, и журналистов особенно мучает напряженность новой ситуации выбора, связанной с активным вторжением рыночных ценностей.

Да, в свое время отвержение традиционной морали вызывало потрясения, которые хотя и не были прямыми революционными катаклизмами, но по своим последствиям превзошли любые революции. И теперь как в мире, так и у нас в стране наблюдается неприятие нового - как с позиций инерциального свойства, так и на основе весьма обоснованной мотивации. Действительно, в России переход от патримониальной модернизации к современной, усложненной постмодернизационными процессами, создает ситуацию, когда человек, проживая в двух культурах одновременно, ощущает себя в положении шукшинского мигранта, причем в обеих культурах он интегрирован лишь частично, что служит источником множества межличностных и внутриличностных конфликтов.

И все же моральный кризис - это растянутый во времени (иначе просто не может быть) и необычайно трудный процесс *обновления*, если угодно - перестройки данной системы. Это время проявления не только деструктивных тенденций в нравственной жизни общества, но и накопления контртенденций, с которыми связаны обнадеживающие перспективы.

Завершив рассмотрение диагностических материалов. Как уже отмечалось, проект ставил своей задачей инициировать попытку понимания региономальным сообществом практикуемых им ценностей и правил игры в координатах этики гражданского общества. Участникам проекта предстояло вывести поиск решений кризисной ситуации в журналистской этике именно на этот, вполне определенный, ориентир. Однако ориентир оказался далеко не очевидным. Поэтому более конкретно проблема ориентирующей роли ценностей гражданского общества была рассмотрена в связи с проблемой социальной функции журналиста.

Этика гражданского общества

Социальная функция журналиста: “зеркало”? “зеркальщик”? ...? Так формулировалась тема, связанная с анализом процесса кризиса идентичности, новой задачи самоидентификации журналиста к социальным ролям профессии. И в рамках экспертного опроса, и в программе семинара эта тема рассматривалась в ее соотношении с такими координатами самоопределения профессии, как ценности гражданского общества.

АНАЛИЗ ПОПЫТКИ понимания социальной функции журналиста в координатах гражданского общества начнем с краткого обзора суждений участников проекта о природе такого общества и характерных для него “правил игры”.

Некоторые участники опроса отметили, что понятие гражданского общества не очень актуально для них (“Честно говоря, я никогда не формулировал для себя понятие гражданского общества” или «Авторы проекта предлагают порассуждать о профессиональной этике СМИ “в координатах гражданского общества”. Вообще-то эти слова, не вызывая категорического отторжения, “не греют” меня»). Во всяком случае, не являлись предметом специального изучения. Характерны скорее интуитивные представления. Одно из них показывает природу гражданского общества через известную формулу: “в гражданском обществе человеку дают возможность иметь удочку, а рыбу себе он ловит сам”. Другое - не менее метафорично, хотя относится к другой ценности гражданского общества: «Не берусь точно определить понятие “гражданское общество”, но в связи с тем, как я его понимаю, вполне определился со своей профессиональной позицией», - отмечает эксперт. Далее он рассказывает историю, услышанную им на одном из семинаров от редакторов службы новостей Би-би-си: «Один из журналистов пришел на табачную фабрику и увидел на территории огромные кучи навоза, а в уголке, скромно, стоял мешок с отборным вирджинским табаком. “И все же они кладут в свои сигареты табак”, - сказал он и написал об этом». И далее эксперт отмечает: “Я стараюсь искать свой вирджинский табак среди навоза, который нас окружает. Может быть, в такой позиции и заключается шаг к гражданскому обществу”.

Как видим, интуитивное освоение понятия дает определенный эффект. Еще один аргумент в пользу такого вывода: «Я специально не формулировала для себя понятие “гражданское общество”. По-моему, это общество людей, которые не столько боятся государства, сколько ощущают свою ответственность за все, что происходит. Для журналиста, стремящегося ориентироваться в своей профессиональной деятельности на ценности гражданского общества, это означает осознание своей ответственности».

В выявленном нами спектре есть и более строгие суждения. Отметим квалификацию природы гражданского общества через ценность выбора: «ключевое слово в понимании природы гражданского общества - “выбор”. Человек в таком обществе обладает правом выбора, личность является субъектом выбора и решения. Она сама выбирает власть, выбирает себя, свою судьбу, свое место на всех рынках - и на потребительском, и на рынках труда, капитала, информации...».

Один из способов, применяемых экспертами для того, чтобы определить для себя природу гражданского общества - метод от противного. «Если сравнить общество, в котором мы так долго жили, с пока еще не прорисовавшимся “гражданским обществом”, то последнее выступает как нечто противоположное первому». Конкретнее: “если тогда гражданское общество с его ценностями казалось полной утопией, то сегодня уже появились шансы на развитие нормального общества, появились первые условия для игры по правилам, для свободного выбора, для реализации своих интересов и т.п. Сегодня появились возможности согласования интересов. В чем-то вы согласитесь со мной, в чем-то - я с вами. Если не согласимся, я спокойно буду воспринимать вашу позицию, вы - мою, и мы нормально разойдемся. Считаю, что сейчас это уже возможно. Чем скорее мы это поймем, тем быстрее придем к гражданскому обществу. Сразу, конечно, все не решится, но надо начинать привыкать к этому. И для СМИ это вполне реальная задача”.

Автор следующего фрагмента демонстрирует, как СМИ эту задачу реализуют. «Социальная ответственность прессы, может быть, самое важное в отношениях СМИ и гражданского общества. Поэтому, в отличие от распространенной в наши дни тенденции к печатанию и изображению на экране сплошной “чернухи”, наша газета печатает не сводки преступлений, а обязательно цикл: расследовали, поймали, посадили. Четыре месяца корреспонденты нашей газеты, сменяя друг друга, дежурили в суде по страшному “ялutorовскому делу”. Ради чего? Чтобы показать, как торжествует закон, чтобы показать, к чему приводит преступление. Я считаю, что это более правильно».

Как нетрудно заметить, участники опроса перекидывают мостик от характеристики природы гражданского общества к вопросу о роли СМИ в его становлении. Выделим суждение, автор которого стремится показать диалектику прав и обязанностей прессы: “на этапе становления гражданского общества СМИ являются тем инструментом, с помощью которого такое общество формируется, не только таким инструментом, но и им тоже. В этом плане трудно отрицать позитивную роль российской журналистики. Несмотря на постоянное вмешательство в частную жизнь многих лю-

дей, она одновременно помогает становлению гражданского общества, прежде всего в защите прав человека”.

При этом, отмечает автор, “журналисты, сами по себе являясь людьми со многими слабостями, недостатками, уже по статусу своей профессии в какой-то степени являются готовыми членами гражданского общества. Своей работой, своим поведением журналист, волей-неволей, каждодневно отстаивает принципы гражданского общества: демонстрирует их перед лицом власти, объясняет их другим людям, заряжает их идеями гражданского общества, показывает им как надо жить, чтобы развивалось гражданское общество, как взаимодействовать с государством, чтобы не поддаваться ему, но и не идти на него с топорами, не рушить его, отстаивая свои права”.

ЗАВЕРШАЯ эту часть обзора экспертных суждений, приходится отметить, что совсем не обязательное для журналистов владение теоретическими понятиями - при доминировании более или менее приблизительного, чаще всего интуитивного, освоения природы гражданского общества - несет за собой известные трудности в решении основных вопросов профессиональной этики “цеха” - это было заметно уже в процессе анализа диагностической части материалов проекта, это проявится и в процессе анализа суждений о профессиональной миссии и кредо “цеха”.

Кстати, поэтому мы и решили опубликовать в качестве приложения к первому выпуску материалов экспертного опроса соответствующую статью из Словаря прикладной этики. Правда, ход семинара показал, что преодоление указанных трудностей - задача более отдаленная по времени.

Дело в том, что понимание и рациональное объяснение феномена глубокого разочарования общества - и самого медиа-сообщества - в практикуемых СМИ ценностях и правилах игры, разочарования, выразившегося прежде всего в утрате доверия к прессе и в частичной утрате прессой самоуважения, с одной стороны, позитивное решение вопроса о социальной функции СМИ - с другой, предполагают, на наш взгляд, одновременное решение двух задач: (а) стремление понять реальную ситуацию в координатах ценностей гражданского общества и (б) преодоление тенденции к мифологизации этих ценностей.

Почему мы выделили последнюю задачу в качестве самостоятельной? Потому, что гиперромантические ожидания и самих журналистов, и публики от ориентации СМИ на ценности гражданского общества, представляемые скорее в идеализированном виде, и столь же гипертрофированное разочарование в этих ценностях - из-за несоответствия благостного идеала и практики, связаны, во-первых, с поверхностными, а то и превратными представлениями о природе гражданского общества вообще, рациональной морали - особенно. Во-вторых, с заблуждением в оценке переживаемого и обществом, и СМИ периода, который реально можно рассматривать всего лишь как пренатальное состояние гражданского общества.

К сожалению, мифологизация ценностей гражданского общества - в том числе непонимание или неосознавание разницы рациональной морали и морали естественной, особенно их конфликта на стадии перехода к рыночной экономике, в том числе и медиа-сфере, - порождает разочарование именно в самих этих ценностях, а не в мифах о них.

В СВЯЗИ С ЭТИМ полагаем целесообразным и в рамках нашего анализа показать некоторые условия преодоления обнаруженных и прогнозируемых проектом трудностей. Прежде всего подчеркнем, что тезис о ценностях гражданского общества как ориентире профессиональной самоидентификации не может быть освоен без того, чтобы сами журналисты признали эти ценности в качестве избранного ориентира.¹⁸

Во-вторых, как было отмечено в связи с анализом материалов диагностической части проекта, важно осознать, что ценности гражданского общества - ориентир, который сам требует рационального понимания, т.е. и демифологизации своей природы, и осознания их шансов на воплощение в наличной реальности переходного периода.

В этой связи необходима рефлексия собственно “духа” гражданского общества, адекватно выраженного, например, в гегелевском императиве: “Будь лицом и уважай других в качестве лиц”.

По мере формирования гражданского общества на периферию нравственной жизни социума оттеснялись нормы и ценности традиционной морали и закрепились мотивация, поведенческие и оценочные образцы, присущие рациональной морали. В макром мире данного общества люди выступают не только как подданные или просто производители, но и как граждане, которые действуют, определяя свои жизненные стратегии и поведенческие тактики вполне самостоятельно, по собственному разумению, а не по чьим-то распоряжениям или по установленным традициям. Они

¹⁸ Кстати, не только журналисты региона встали перед этой проблемой. Так, например, в проблематизации упомянутого ранее “круглого стола” на тему “Журналистика: ответственность общественной профессии” на обсуждение вынесены следующие вопросы. 1. Является ли журналист носителем определенной общественной функции или он свободный творческий человек, руководствующийся в своей работе лишь собственными склонностями и соображениями? 2. Разумно ли возлагать на журналистику обязанность (и ответственность) быть неким камертоном, призванным “настраивать” общественные и государственные институты на выполнение тех функций, которые общество этим институтам делегирует?”(см. Приложение к журналу “Досье на цензуру”, №(3)1.1998.С.6-7).

действуют на свой страх и риск, под собственную ответственность, сориентированные избранными ими нормами-целями на жизненный и деловой успех.

В свое время Гегель предложил выразительную формулу императивности этики гражданского общества: “Будь лицом и уважай других в качестве лиц”. Такой императив не выражает духа любви к ближнему, хотя и не противостоит ему (симпатия, великодушие, любовь, сострадание не могут быть требованиями; иное дело - уважение других, которые не воспринимаются как чужие; это требование притязательно, и его отсутствие вызывает обоснованный нравственный протест). Причем речь идет об уважении не от случая к случаю, в результате счастливого стечения обстоятельств, под угрозой каких-то негативных санкций, а систематическом и добровольном. Речь идет о требовании совершать поступки и понимать поступки других, пользоваться свободой, собственной иерархией ценностей и на их основе производить моральный выбор, принимая личные решения под личную ответственность. При этом параметры выбора определяются не столько высокой степенью слитности с группами общинного или средневеково-корпоративного типа, вынужденной, навязываемой групповой принадлежностью, сколько широтой гражданского кругозора лица; не столько путем идентификации лишь с социально “близкими”, а через идентификацию со множеством групп и ассоциаций, в которые данное лицо вступило добровольно.

В составе норм этики гражданского общества на передний план выходят требования морального, а не только правового равенства, нормы, которые предполагают уважение к собственности, соблюдение правил честной рыночной игры, контрактной щепетильности, табуирование неразборчивости в средствах конкурентной борьбы (“игры на грани фола”) и, вместе с тем, требование совмещать конкурентный потенциал с потенциалом кооперативным, рыночную ориентацию - с ориентацией на добровольное ограничение экономического поведения, недопущение его социально оскорбительных форм.

Нормативно-ценностные средства этики гражданского общества образуют ряд партикулярных этосов и подсистем общественной нравственности. В ее границах развитие получили этика предпринимательства и этика менеджизма, политическая этика, основные отрасли профессиональной этики и трудовой морали, специфическая этика организаций, этика досуга и потребления. Названные нормативно-ценностные комплексы обременены различными по происхождению и характеру противоречиями, нравственными конфликтами, которые разрешаются в практике морального выбора каждым субъектом данного общества. Предвзятое восприятие этой этики ведет к зашоренности на одних только уличающих моментах своекорыстия, установках на эффективность, наживу и т.п., якобы начисто исключающих проявления благородства, милосердия, самопожертвования. Такое восприятие побуждает к недооценке здравого смысла в нравственной жизни, норм честности в деловых отношениях, ценности взаимных услуг.

Между тем этика гражданского общества выступает против отождествления индивидуализма с эгоизмом, аутизмом, против такой версии добра, которая обязательно должна противоречить выкладкам здравого смысла, нести в себе ген фатального пораженчества, рокового отторжения нравственного мотива от социально полезного результата, версии, последователь которой непременно оказывается антиподом жизненной удачи, победы, успеха. Однако частное лицо в гражданском обществе, преследуя свои цели, в каком-то одном отношении действительно разъединяло общности, но, одновременно, и спланивало их в другом отношении, формируя своеобразное единство “свободной близости и свободного антагонизма” людей. В подобной системе ценностных координат побудительными правилами в большей степени охраняется примат личного интереса (не сводимого к элементарному своекорыстию или столь же элементарному гедонизму), тогда как ограничительными правилами оберегалось прежде всего моральное равенство всех лиц гражданского общества.

На этих основаниях формируются права человека и покоятся представления о социальной справедливости как возможности достижения каждым своих целей, которые оказываются итогом собственных нравственных исканий и автономного выбора, всего того, что называется духовным суверенитетом личности, итогом беспрепятственного пользования собственностью, трудовой и социальной активности. Вместе с тем этика акцентирует не одни только права, но и обязанности человека, включая их как в побудительные, так и в запретительные нормы.

КОНКРЕТИЗАЦИЯ тезиса об ориентирующей роли ценностей гражданского общества в самопознании медиа-сообщества связана с обсуждением участниками семинара метафорически обозначенных в программе социальных функций журналистики.

Обращаясь к обзору типичных суждений экспертов, начнем с вывода о том, что вынесенных в заглавие этой части семинара двух метафор оказалось недостаточно. Поэтому, наряду с образными формулами о “зеркале” и “зеркальщике”, участникам семинара была предложена и третья: “Обыкновенным солнечным зайчиком ничего не сделаешь. СМИ, как выпуклое зеркало, собирает свет в пучок и направляет его в нужное место”. Что конкретно стоит за самоопределением участников проекта ко всем этим метафорическим представлениям о социальной функции СМИ?

Первое значение, в котором участники проекта принимают для себя модель “зеркало”, связано с осознанным выбором инструмента своей профессии: “Я отражаю жизнь методом кинокамеры, такой, какая она есть”. Часть сторонников этой модели используют соответствующую метафору для того, чтобы снять со своего “цеха” моральные претензии, все активнее предъявляемые журналистам: “Если общество продажно, то и журналисты не могут быть неподкупны”. Смягченная версия такого подхода выглядит так: “Я разделяю тезис о том, что пресса - это зеркало общества. И если слышу упреки о моральном падении СМИ, то невольно задаюсь вопросом: а какой из институтов общества не упал сегодня? Может быть, политики не упали в глазах народа? А экономисты? А директорский корпус? А генеральский? Пресса упала вместе со всем обществом и приземлилась очень глубоко”.

Часть экспертов не согласна с такой интерпретацией первой модели: «Я не склонна разделить известное оправдательное суждение о “правилах игры” в СМИ, суть которого такова: “пресса - это зеркало общества”, “какое общество - такая и пресса»». Аргументируя несогласие, участники опроса как бы дополняют друг друга. Так, один из них задает себе вопрос: “Может, сегодня и не стоит ругать журналистов, которым прежде всего нужно просто выжить, а уж потом думать о профессиональной этике?”. Ответ: “Объективно это выглядит именно так, но сама я думаю иначе”. Стремясь к пониманию, эксперт говорит: “Конечно, трудно обвинять кого-то в продажности, когда само государство, в котором мы живем, вынуждает к такой продажности. Я знаю людей, которые были честны и порядочны, пока не доходили до определенной черты. Особенно это относится к мужчинам, на которых лежит груз ответственности за семью и т.д.”. На чем же основано несогласие с “объективностью”? “Может быть, журналистика и зеркало жизни, но в это зеркало можно по-разному смотреть и разное видеть. И само зеркало (мы) может быть разным. И выводы для самого себя из моральной ситуации в журналистике можно делать разные”. Другой эксперт более критичен к попыткам части журналистов принять обстоятельства. Да, и он “мог бы сказать вслед за многими коллегами, что пресса морально падает вместе с обществом”, мог, потому, что “это кажется удобным: если общество стало плохим, если убивают, режут, грабят, насилуют, врут, то и себе можно многое позволить”. Однако, продолжает автор, “каждый должен удерживать свой рубеж обороны. Нравственно полноценное общество складывается из нравственно достойных индивидуумов, и если каждый будет соблюдать пусть не десять, а пять заповедей, пусть одну, но твердо, значит, нравственность общества не будет деградировать с такой скоростью”.

Промежуточное место между безусловным “оправданием” “пассивно-зеркального” подхода к социальной функции СМИ и столь же категоричным неприятием этого подхода занимает позиция “акына”: “Претензии к журналистам в связи с тем, что они пишут о гадком, противном, вытаскивают все на свет, толкают к насилию и т.п., по-моему, не обоснованы. В этом смысле журналистика - зеркало: что вижу, о том и пою”.

Принимая метафору “зеркало”, некоторые участники опроса считают необходимым конкретизировать ее совершенно недвусмысленно: “Пресса - зеркало общества. Но не в том смысле, что этика прессы не может не быть выше этики общества”. Определенное развитие этого подхода - в суждении о сложном процессе отражения прессой действительности: “Если представить цивилизацию в целом или нашу отдельно взятую страну в виде ползущей амебы, то всегда есть отростки-лидеры, протянутые вперед, они, цепляясь, подтягивают основное тело, это великое болото, населенное бюргерами; но есть и задние отростки, которые подтягиваются за телом амебы всегда последними. Так и с продвинутыми группами общества в целом, и с журналистами, с профессиональными авторитетами, носителями высокой морали. Высокой в том смысле, как ее понимал, к примеру, Вернадский”.

Весьма эффективный способ понять такого рода позицию - ее конкретизация через логику свободного выбора. Одна из версий: «Пресса - зеркало общества? Но не тогда, когда “чернуха” просто захлестнула экран, эфир. Да, журналисты не виноваты в том, что творится в стране. Но ведь это журналисты выбирают и жанр, и тему, и способ подачи материала и могут предугадать тот результат, который даст в сознании аудитории этот материал». Журналист “выбирает. Выбирает сам, в зависимости от своих собственных качеств, принципов, устремлений”.

На наш взгляд, такого рода подход создает возможность перехода на позицию второй модели (“Журналист - не зеркало. Журналист - зеркальщик”). Как аргументируется ее выбор? «Мне нравится образное выражение о прессе как зеркале общества. Я им пользуюсь, когда, допустим, мы рассказываем о том, как милиционеры, избивая, пытая и т.д., добывают показания. На претензии, которые мы слышим в наш адрес, я отвечаю: “Извините, мы показали то, что есть”. Но в анализе нравственной атмосферы в СМИ этот образ не подходит, потому что речь идет не о зеркальном отражении того, что происходит в обществе, а об отражении моего собственного Я, моей души, моих начал, принципов. Причем тут общество, причем тут зеркало? Я - не зеркало. Да, журналистика - зеркало. Но журналист - не зеркало, журналист - зеркальщик, если угодно. Он - вещь в себе, он может направить это зеркало, он может протереть это зеркало, он может взять кривое зеркало или прямое. Не надо смешивать: есть понятие “журналистика”, есть понятие “журналист”».

Третья модель аргументирована следующим образом: «пресса - не просто пассивное отражение жизни, так сказать “зеркало общества” (и государства). Обыкновенным солнечным зайчиком ничего не сделаешь. СМИ, как выпуклое зеркало, собирает свет в пучок, направляет его в нужное место и, при необходимости, способно не только освещать, но и жечь».

ОБРАТИВШИСЬ к материалам семинара, мы обнаруживаем не только сходные с участниками экспертного опроса суждения (это естественно и потому, что часть журналистов причастны и к опросу, и к семинару), но подходы и оценки, расширяющие набор моделей социальной функции СМИ. Вот, например, фрагмент одного из выступлений: “Здесь звучал странный тезис - мы якобы отображаем эту действительность. Господа, коллеги! Мы конструируем, формируем ее, мы заставляем людей думать как мы. Я вспоминаю ... о технологии западной журналистики, замечательный курс “Буржуазная теория журналистики”. Помните, да? Манипулирование общественным мнением и т.д. А ведь балканская проблема сегодня - это ответственность не только военных, политиков, это и ответственность журналистов”.

Метафоры “зеркало” и “зеркальщик” были продолжены: «Да, журналистика - это зеркало. Но вспомним пушкинскую царицу, которой зеркало сказало всю правду о ней. Царица взяла и бахнула это зеркальце об пол. В сфере СМИ отношения сегодня во многом схожие. Есть хозяин “зеркала” - газеты, телекомпании и т.п., и есть человек, которого Р.Гольдберг назвал “зеркальщиком”, а я называю “программистом”, который программирует это “зеркало”. Конечно, у любого “зеркала” есть функции утилитарные: прогноз погоды сообщить, программу телепередач, совет врача и т.д. и т.п. Пока дело не доходит до неких оценочных моментов, смотришь в это “зеркало”. Как только встает проблема оценки, “зеркало” программируется. И главный программист - редактор газеты или телекомпании. Это важный момент, который многое в СМИ определяет».

Реакция на это выступление дала два поворота темы. Первый: «газете или телеканалу сложно оставаться даже просто хорошим зеркалом и беспристрастно отражать ситуацию: а вдруг это “бросит тень” на учредителя?». Очень часто «Учредитель требует “фокусировать” один срез информации и просто не замечать другого. Какое уж тут зеркало!». Поэтому автор считает важным «отдать должное тем журналистам, которые и в таком “зеркале” умудряются отразить все составляющие поднимаемой проблемы». Второй поворот стал самым неожиданным для участников семинара: «смотрю я на программу семинара и странным кажется спор о том, кто журналист - “зеркало” или “зеркальщик”? Да никто он! Районный журналист - он никто. Он и не “зеркало”, и не “зеркальщик”. Его вообще нет. На зарплату в 250 рублей идет не журналист, а кто угодно: агроном, слесарь, лишь бы только быть пристроенным. О каких высоких материях можно думать с этими журналистами? А как в таких условиях редактору быть “программистом”?».

ЗАВЕРШАЯ обзор данной части проекта, следует подчеркнуть, что выбор той или иной модели социальной функции СМИ определяет и решение вопроса о социальной ответственности издания. Так, предпочитая модель “зеркальщика”, участник проекта выбирает и соответствующую информационную стратегию: «в отличие от распространенной в наши дни тенденции к печатанию и изображению на экране сплошной “чернухи”, наша газета печатает не сводки преступлений, а обязательно цикл: расследовали, поймали, посадили».

В свою очередь, самоопределение к той или иной версии социальной роли журналистики неразрывно связано с тем или иным решением вопроса - не очень любимого сегодня в самом обществе - о профессиональной миссии. Поэтому мы решили обсуждать представления участников проекта о медиа-миссии в рамках более насущной для них проблематики, обостряющей рефлексию проблем журналистской этики необходимостью сравнения уровня гражданственности региональных СМИ с центральной прессой.

Между моделью “приводного ремня” и моделью “масс-медиа”

Третья часть материалов проекта посвящена теме, которая выражена одним из вопросов программы семинара: ***Миссия региональных СМИ: применим ли единый масштаб гражданственности к журналистике в столице и в регионе?*** Кстати, обращая этот вопрос к тюменскому медиа-сообществу, авторы проекта дали ему возможность сравнить свои суждения с представлениями об этом журналистов, работающих в столичных СМИ. И надо сразу сказать, что столичные профессионалы отнеслись к своим региональным коллегам более благожелательно и толерантно, чем “тюменцы” - к “москвичам”.

СПЕКТР СУЖДЕНИЙ участников экспертного опроса можно представить следующим образом. Во-первых, это суждения, объясняющие известный скепсис по поводу пафосного уровня самого разговора о миссии. На вопрос о том, чем отличается профессиональная миссия региональной журналистики от журналистики столичной, один из экспертов отвечает: «мы не очень-то озабочены именно таким пафосным вопросом, как “исполнение миссии”».

Так ли это на самом деле? Что стоит за феноменом, о котором говорит другой эксперт: «Услышав словосочетание “миссия журналистики”, многие коллеги начинают использовать ненормативную лексику или притворяются деревенским дурачком - какая такая миссия? Надо просто

писать правду, надо передавать объективную информацию. Остальное - не наше дело». Представляется убедительной версия, согласно которой «Многие журналисты думают о своей гражданской миссии, но боятся говорить об этом с посторонними». Однако стоит осознать, что действительность этой версии ограничена характеристикой «многие». Вторая причина нежелания размышлять о своей миссии связывается с тем, что «в российском журналистском сообществе уже сложилась за последние десять лет отчетливая уверенность в том, что оно никому ничего не должно, кроме как давать добросовестную, объективную, правдивую информацию. Любые попытки сказать журналисту, что он, помимо предоставления информации, должен еще выполнять социальную миссию, вызовут внутреннее неприятие, и болеть этой болезнью неприятия журналистами любой миссии, видимо, придется очень долго».

Следует сосредоточить внимание на тезисах и аргументах тех авторов, которые не считают возможным освободить региональных журналистов от высокой миссии простой ссылкой на то, что масштаб проблем в регионе ниже масштаба проблем, обсуждаемых общенациональной прессой. Прежде всего, выберем суждения авторов, которые специально подчеркивают свое понимание скепсиса по поводу даже разговоров о высокой профессиональной миссии региональных СМИ. «Я сам слышал скептические суждения по поводу применения одного и того же масштаба к гражданственности журналистов в столице и на местах. Поэтому понимаю основания реагирующего на эти суждения вопроса авторов проекта о том, разумно ли ориентировать местных журналистов, ходящих, в отличие от московских, «по земле», на то, что и в регионе миссия журналиста, социальная ответственность его профессии столь же масштабны, как и у журналиста национальных СМИ? Конечно, человек открывает свою местную газету для того, чтобы узнать местные же новости. Конечно, у местной газеты, местного телевидения, радио географические границы в значительной мере сужены. Но, исходя из собственного опыта работы в провинциальной прессе, я думаю, что это слишком рискованный компромисс с самим собой, когда ты сам себе ограничиваешь горизонт». При этом понимание - не прощение, ибо тот же автор заключает: «На чем заканчивается местный журналист, да и вообще журналист как журналист? На том, что отказывается высоко поднимать планку своей профессиональной ответственности».

Это был «голос из Москвы». Еще один такой же «голос»: «для журналиста, живущего в Москве, и журналиста из провинции проблемы морали в принципе одни и те же». Далее - аргументы: «Понимая, более или менее, различия столичной и провинциальной журналистики, считаю важным отметить, что журналист помимо того, что он хомо политикус, еще и хомо моралес... Моральные нормы универсальны. И для мыслящего человека, оказавшегося в сложной ситуации, моральная проблема существует вне зависимости от того, где он живет и работает». Не менее важен и прогноз этого эксперта: «Ты можешь попытаться отбросить эту проблему, уйти от ситуации морального выбора, ссылаясь на то, что жизнь так трудна, возможностей для маневра так мало. Ты можешь сказать, что куда ни кинь - всюду клин, из двух враждующих финансовых группировок и эти бывшие уголовники, и другие - бывшие уголовники, и это все, что дала демократия. Ты можешь плюнуть на все и заниматься каким-то частным делом. Ты можешь служить тем или другим, так как все монополено захвачено обеими группировками. Все так, но ты все равно решаешь именно моральную проблему».

Теперь - «голоса из региона». Первый эксперт заявляет, что «готов услышать реплику о разнице в масштабах забот и ответственности: «в регионе за всю страну не думают, там горизонт ближе»». И отвечает на нее: «Но ведь я имею в виду не спасение страны, а спасение человеком собственной души». Признавая правомерным мнение о том, что «решения, определяющие судьбу страны, рождаются в рамках Садового кольца» и потому «в этом смысле центральным СМИ повезло больше. Они всегда на острие событий», другой эксперт тем не менее утверждает, что «это не освобождает регионального журналиста от задачи профессионально делать свое дело. Не важно, о чем ты пишешь. Напиши так, чтобы это имело общечеловеческое звучание, даже если речь идет о прохудившейся крыше, плохой дороге и т.д.».

Эксперты не просто не позволяют себе «намеренно занижать планку региональной журналистики». Один из участников опроса подчеркивает, что особенностью миссии работающих в регионе журналистов является, в частности, стремление «утешить зрителя», дать информацию, способную «показать зрителю, что еще не конец света». «В столице, в отличие от провинции, журналисты более озабочены сенсациями, заинтересованы в собственной раскрутке и т.п. Поэтому они не всегда задумываются о том, как на их материалы реагирует аудитория. Иначе на телевизионных каналах не было бы доминирования катастрофического мышления». С точки зрения автора, «у провинциальных журналистов большая ответственность перед аудиторией - здесь аудитория дышит тебе в лицо, смотрит тебе в глаза, она просто тебе ближе. А столичные журналисты, работающие на всю страну сразу, аудиторию не чувствуют - как, наверное, в Кремле не чувствуют страну. При этом, однако, не забудем, что общество болеет, а журналистика - его зеркало».

ПЕРЕХОДЯ К МАТЕРИАЛАМ семинара, мы находим суждения, созвучные мыслям тех участников опроса, которые высоко поднимали гражданскую планку журналистов региона. Прежде

всего, о роли поиска миссии журналиста. “В мелочах, на каждое явление пусть так и будет: сколько журналистов - столько и мнений, у каждой газеты своя точка зрения и т.п. Но должно быть нечто общее, большая задача, созидательная или воспитательная, или какая-то иная миссия должна быть. Без нее мы останемся ремесленниками на конвейере, который каждый день штампует новости, пишет комментарии, интервьюирует... Если мы не согреты большой идеей, мы деградируем, мы запутываемся в жизни”.

На более приземленном уровне видения темы выдвинуты подходы, способные и при сниженном пафосе реалистично воплощать идею профессиональной миссии. Вот один поворот темы: “столичная пресса рассказать просто о человеке, если он не скандально известный политик, не претендует на публикацию в Книге рекордов Гиннеса, не является поп-звездой или, на худой конец, народным артистом, уже не в состоянии. Для столичной прессы жизнь вне вершины Олимпа не существует. И самое худшее, что мы в регионе можем делать, это заниматься подражательством”.

Беспафосный подход имеет несколько конкретизаций. Одна из них проявилась в неожиданном ходе - предложении сообществу “миссионерского проекта”, суть которого - “окормлять студентов отделения журналистики”. Другая конкретизация более очевидна: «я бы поддержал тезис о том, что журналист - это действительно “выпускной клапан”. Десять лет назад начались реформы, и тогда же в районных газетах затихла работа с населением. Меньше стало писем, ибо люди надеялись, что новая власть многое изменит в их жизни. Надежды эти не оправдались. И вот уже года четыре поток писем в районную газету значительно увеличился. Мы теперь публикуем в каждом номере полосу писем».

В ЗАВЕРШЕНИЕ обзора этой части материалов проекта полагаем возможным предложить несколько тезисов о том значении, которое играет в саморегулировании профессионального сообщества намеренно акцентированная рефлексия собственной миссии¹⁹.

1. В попытках разобраться в своей сегодняшней судьбе и предназначении профессиональное сообщество журналистов обнаруживает опасность утраты своей миссии, нередко демонстрируя мировоззренческие метания и фрустрации в моральном сознании многих членов сообщества. В то же время просматривается и заветное стремление превратить СМИ из сервильного института государственной власти в автономную корпорацию гражданского общества.

2. Характерными особенностями стремления сообщества журналистов упорядочить стихийный процесс самопознания, в том числе и путем оформления его результатов в виде хартий, кодексов и т.п. документов, можно считать а) непреодоленность советского наследия и б) известный инструментализм обращения с природой профессиональной морали. Нам представляется, что освоение цивилизованного опыта самопознания и саморегуляции “цеха” можно обеспечить благодаря соблюдению ряда условий, прежде всего - благодаря сосредоточению на *основаниях* профессиональной этики, т.е. на таких понятиях индивидуального кредо, как “призвание”, “ответственность”, “служение”, “самореализация”, на самоопределении сообщества относительно его миссии, социальной роли, “духа” корпорации.

3. Практика дискуссий о “духе корпорации”, опыт саморегуляции, в том числе через создание кодексов, вольно или невольно отражают различные представления тех или иных структур медиа-сообщества о *миссии* журналистики в обществе. Эти представления, фокусируемые в широком диапазоне моделей-метафор - от “приводного ремня” до “масс-медиа” - редко проявляются в чистом виде. Прежде всего, это такие модели миссии, как “носитель массовой информации” и “четвертая власть”. Вероятно, для переходного периода в развитии страны сосуществование различных моделей профессиональной миссии в попытках саморегуляции “цеха” - естественно.

4. Прежде всего, речь идет о “наложении” представлений о миссии журналистики, характерных для советского и постсоветского периодов. Бесспорная востребованность повышенной социальной ответственности журналистики на деле сводится к “мягкой” подмене гражданской ответственности ответственностью перед властью, оборачиваясь при этом введением дополнительных запретов к общеморальным требованиям. В итоге декларируемая большинством из известных сегодня отечественных кодексов “мораль” подозрительно настроена по отношению к своей собственной природе. Явно опасаясь непредсказуемости свободного морального выбора, авторы ряда кодексов, по сути дела, “предупреждают” саму эту непредсказуемость сильной или слабой версией патернализма. Фактически современная профессиональная мораль журналистов в этом случае проявляет себя как мораль “традиционного” и этатизированного общества.

Есть и иной подход, проявляющий себя стремлением осмыслить поиск миссии как инструмент развития и консолидации самого журналистского сообщества. Как правило, сторонники такого подхода осознают, что способствовать решению этих задач может лишь кодекс, который формируется “цехом”. Когда он в полном смысле “приходит снизу”, а не проводится “через низы” или “именем низов”. Однако гарантирует ли сам по себе голос “снизу” преодоление бремени “традици-

¹⁹ Подробнее см.: В.И.Бакштановский, Ю.В.Согомонов, В.А.Чурилов. Этика политического успеха. Глава 19.

анализа”? За несомненным “инструментализмом” обращения с нравственной свободой нельзя не увидеть определенные основания, представления о миссии профессии.

Как известно, модель “четвертая власть” нередко воспринимается (в том числе и самими журналистами) как “власть” в буквальном значении слова. В реальных условиях современной России, при сложнейшем конфликте властных ветвей как в центре, так и в регионах, пресса - зачастую поневоле - берет на себя роль не только “морального судьи” или “компаса” (привычка советской эпохи), но и прямого партнера или же “противовеса” власти, восполняя тем самым неразвитость институтов и власти, и гражданского общества. В этом направлении журналистику подталкивают и менталитет самих журналистов, и менталитет читателя, слушателя, зрителя, которые, не отучившись воспринимать прессу как орудие власти, приучились за годы гласности воспринимать ее как орудие борьбы с ней.

Остается ли при таком подходе шанс превратить журналистику из “еще одного” института государственной власти в автономную корпорацию гражданского общества? Ведь очевидно, что миссия “четвертая власть” не идентична миссии “носитель массовой информации”. “Прописанное” законом о СМИ понятие “массовая информация” отличается объективизмом, неидеологизированностью, антипропагандистским началом. Можно ли пренебречь этими характеристиками? Допустимо ли рассматривать в качестве основы и показателя “независимости СМИ”, “свободы массовой информации” ситуацию, при которой газеты стремятся выразить не общественное, а свое мнение? И стоит ли ожидать изменения данного положения до тех пор, пока не выработан своего рода общественный договор как между обществом и прессой, так и между обществом и государственной властью, призванной представлять его интересы?

Далее. Размышляя над основаниями того типа нормотворчества, каким являются хартии, мы обнаруживаем сочетание тех же двух миссий - “четвертая власть” и “носитель массовой информации”, что и в анализе опыта создания кодексов. В то же время первая из них представлена не столько в виде властной структуры, сколько в версии, приближающей ее к роли “общественного рупора” или “mass media” .

Авторам проекта известен и российский прецедент (единственный в своем роде) создания кодекса, достаточно адекватно отражающего природу морального выбора. Речь идет о понимании кодекса как *эталона*, с помощью которого журналисты могут оценить этическое качество собственных моральных поступков.

Особое значение в этом прецеденте имеет органическая связь принципов профессиональной морали с моделью социальной миссии журналистики, акцентирующей общественную потребность в информации и права личности на гражданское самовыражение. Гражданское общество здесь - и субъект, и объект информирования. Такая модель более всего соответствует, как нам представляется, миссии “mass media”, отражающей ценности гражданского общества и роль журналистики как посредника между индивидом, общественными группами, движениями и - государством.

Профессиональная этика журналиста

Своеобразным мостиком между темой профессиональной миссии и заключительной темой - о саморегулировании СМИ оказалась специально не формулируемая в программе проблема *природы профессиональной этики*.

СЛЕДУЕТ ПРЕЖДЕ ВСЕГО отметить, что некоторые участники проекта не видят необходимости выделения профессиональной этики журналиста. Один из них утверждает, что “нет особой журналистской этики, как и других профессиональных этик. Есть только некоторые специфические профессиональные ситуации, которые подлежат оценке в рамках определенной корпорации, и которых нет в другой корпорации. Это создает впечатление существования отдельных этик в одном и том же хронотопе, но на самом деле это не так”. Менее категорично сформулированная версия: “Думаю, что отдельной журналистской этики - как таковой - вообще не существует. Она является частью общественной морали”. Утверждать связь общественной морали с одним из видов профессиональной морали - одно дело. Отказывать на этом основании в праве на специфику профессионально-нравственной деятельности “цеха” - другое.

В ЭТОЙ СВЯЗИ полагаем целесообразным предложить тезисы нашего понимания природы профессиональной этики.

1. В современном обществе достоинство всякого конкретного вида труда, всякой профессии в конечном счете утверждается тем, насколько ее представители последовательно воплощают в своей деятельности общие, неспециализированные принципы и нормы социальной нравственности (мы отвлекаемся от спорной терминологической и символической проблемы легитимации одних трудовых групп в качестве профессионалов с отказом в таковой другим группам). Это определяет подчиненность моральных кодексов профессии ценностям и нормам общественной нравственности в целом. Особенно рельефно такое отношение выявляется в сложных конфликтных ситуациях, когда необходимость отдать предпочтение одним требованиям профессиональной морали

в ущерб другим предполагает творческий поиск морального решения. В конфликтных ситуациях доминирование общественной морали над ее специфической частью дает о себе знать с наибольшей силой.

2. Общесоциальные моральные представления, нормы и оценки основательнее и глубже улавливают перемены в общественных требованиях к деятельности тех или иных социoproфессиональных групп. Именно такие представления и оценки стимулируют обобщение морального опыта специалистов, на основе которого возникают новые нормы, запреты и дозволения профессиональной морали. Общественное мнение и продвинутое групповое мнение служат решающим аргументом преодоления, преобразования отживающих, ставших дисфункциональными норм и оценочных шаблонов, способствуют утверждению новых, соответствующих «велениям времени», созвучных этическим проекциям самих регулятивных механизмов.

3. Регуляция и ориентация деятельности специалистов производится и особыми правовыми средствами. Профессиональные обязанности закрепляются в ряде Конституций государств, фиксируются в различных - оформляемых как государственный документ - присягах, в законодательных положениях и служебных установлениях, а их нарушение влечет за собой уголовную или дисциплинарную ответственность. Подобные средства могут быть и имплицитными, латентными, не утрачивая своего хотя бы отчасти правового характера (в духе так называемого «живого права»).

Однако практика показывает, что одних только правовых средств регуляции профессиональной деятельности оказывается недостаточно, особенно в тех случаях, когда специализированный труд не уместается в систему технологически строго упорядоченных действий, когда ему не свойственны жесткая запланированность и формализованность, позволяющие сравнительно легко применить правовые инструменты регуляции. В то же время такой труд опосредован разносторонними комплексами гуманистических мотивов, поскольку от его эффективности зависит состояние здоровья, духовный мир и положение человека в обществе, защита его прав, основных жизненных ценностей. Максимально индивидуализированный, он исчисляется, как правило, через воздействие на последующую жизнедеятельность людей. Все это вызывает новую - более высокую и многогранную - меру моральной ответственности. Тогда-то и возникает необходимость в дополнительных побуждениях, особой мотивации и нормах поведения, совокупность которых и составляет ту или иную профессиональную этику или мораль. При этом могут возникать своеобразные синтезы моральных и правовых норм и соответствующих смешанных видов ответственности как отдельных лиц, так и целых организаций (индивидуальная и коллективная морально-правовая ответственность, морально-правовые санкции).

4. И в том и другом случае происходит процесс конкретизации норм или нормативно-ценностных подсистем применительно к данной профессии. Любые попытки пренебречь данным процессом неминуемо завершаются либо подменой профессионального морального кодекса внеморальными установлениями (организационными уставами, дисциплинарными инструкциями и т.п.), либо бессодержательными декларациями.

5. Необходимость повышенных моральных требований, а следовательно, и особой конкретизации норм общественной морали с последующим образованием собственно профессиональной морали, как свидетельствует многообразный исторический опыт, проявляется прежде всего во врачебной, юридической, педагогической, научной, журналистской и художественной деятельности, то есть в тех сферах, которые непосредственно связаны с воспитанием личности и удовлетворением ее жизненно важных потребностей с помощью высококвалифицированного труда. Особые моральные кодексы складываются не только в связи с профессиональным разделением труда, но и обуславливаются исполнением каких-то специфических общественных функций. Здесь можно выделить, в первую очередь, политическую деятельность, воинскую службу, охрану общественного порядка (этика милицейской службы), сферу торговли и услуг, область спорта (существует этический кодекс Олимпийских игр). О профессиональной морали можно говорить и применительно к другим профессиям - в той мере, в какой в них формируются нравственные отношения между руководителями и подчиненными, между сотрудниками разных рангов и специальностей. Сегодня все большее значение придается разработке кодексов административной этики, этики управления, этики инженера и т.п.

6. Важно видеть общее и различное в понятиях «профессиональная *этика*» и «профессиональная *мораль*». Выражение «профессиональная *этика*» в известной мере условно, ибо означает не что иное, как профессиональные моральные кодексы. Вместе с тем употребление понятия «профессиональная *этика*» оправдано, ибо оно подчеркивает важность тщательной продуманной разработки ценностей и норм профессии. Выражение «профессиональная *мораль*» подразумевает известную стихийность, ненамеренность в образовании профессиональных норм и соответствующей мотивации. Эти нормы возникали прежде всего методом проб и ошибок в деятельности специалистов и социальных институтов. В то же время они отбирались, кристаллизовались и закреплялись в живом опыте их деятельности. Оба эти момента отражают реальное положение вещей: нормы профессиональной морали создавались под более сильным воздействием заинтересованных ор-

ганизаций и теоретической мысли, чем нормы общественной нравственности в целом. В них содержится и большой элемент рационального обоснования, так как у социопрофессиональных групп технологически целесообразные и собственно моральные стороны деятельности тесно связаны и взаимозависимы (что иногда создает видимость их полного тождества, и тогда нормы профессиональной морали кажутся лишь воплощением профессионального такта, ритуала, деловой процедуры).

7. Представления, ценности, нормативные блоки профессиональной морали являются исключительно важным и, главное, незаменимым способом регуляции и ориентации поведения специалистов, средством их нравственного воспитания, самовоспитания, своеобразным способом их творческого самовыражения, самоутверждения. Это выводит профессиональную этику за пределы инструменталистского, прагматического подхода к морали и обращает ее к проблеме этического призвания (от данного понятия идут “мосты” к категориям нравственного идеала, назначения и смысла жизни человека, счастья его жизни в целом, но не исчерпывая их, а образуя весьма только существенные их грани) в рамках экономической, хозяйственной деятельности, к проблемам, поставленным и изученным М.Вебером, Т.Парсонсом, а также всем направлением социологии, ориентированной на этих авторов.

8. Современное развитие экономики, политики, науки и культуры в ситуации глубинных цивилизационных преобразований, трансформаций в культурных парадигмах привело, с одной стороны, к “омассовлению” всех упомянутых видов деятельности (что резко актуализировало проблему призванности, которой противопоставлена массовость), а с другой - к углублению внутрипрофессионального разделения труда, когда существенным образом изменились и усложнились как трудовые функции специалистов, так и характер межличностных отношений, возникающих при исполнении данных функций. Нарастают затруднения этического свойства в ситуациях морального выбора, которые встают перед профессионалами, здесь чрезвычайно трудно оптимизировать решения с точки зрения отдаленных последствий деятельности.

На таком фоне вместе наблюдаются тревожащие моменты социальной деградации профессионализма - в виде, например, увеличения числа случаев своекорыстного использования знаний специалистами и злоупотребления властью, которую дают знания и сама организация их использования. Все сильнее проявляется ориентация на профессиональный успех, безотносительный к применяемым для его достижения средствам, становится угрожающим безразличие к последствиям собственной деятельности, тем более если они носят кумулятивный характер (что называют “этическим нейтралитетом”), наблюдается рост отчуждения “мира профессионалов” от гуманистических задач профессии.

9. Согласно концепции М.Вебера и Р.Мертон, необходимо отличать “истинного” профессионала от лишь “отчасти” такового - разделительная полоса проходит через мотивационную сферу их деятельности. В профессиональной деятельности (как, впрочем, практически в любой деятельности) имеет место пересечение множества мотивов (обнаруживаются профессиональное тщеславие, корыстолюбие, властолюбие и т.п., и в этом случае всякая “благородная” профессия оказывается ничуть не лучше любой “низменной”, например, торговли). Но у “истинного” профессионала доминирует бескорыстная “незаинтересованность”, воплощенная в морально поощряемой преданности Делу, в духе профессионального призвания, основанных на этике ответственности за тот или иной аспект общественного блага. Если таких мотивов не обнаруживается, появляются основания говорить о нарастании “порчи” адекватного высокому духу этоса профессии, об эрозии профессиональной этики, даже о перерождении этоса в “патос” профессий. Подобная тенденция вписывается в контекст общего духовного кризиса техногенной высокопрофессионализированной цивилизации.

По всем этим вопросам уже давно идут напряженные дебаты, затрагивающие весь фронт этической проблематики профессиональной деятельности. В ходе дебатов энергично подчеркивается, что потенциал профессиональной этики все же достаточно высок, позволяет успешно противостоять кризисным тенденциям, тем более, например, что именно в профессиональных средах сильнее всего сказывается процесс нарастающего преобладания постматериальных потребностей людей над собственно материальными, что способно усиливать контртенденции по отношению к кризису профессионализма.

Поэтому трудно принять мнение, согласно которому активное конструирование на базе прикладного знания этических кодексов профессий (и субэтических кодексов - кодексов адвокатов, врачей-психиатров, газетных редакторов, театральных артистов, инженеров-строителей и т.п.) можно однозначно оценивать как якобы недвусмысленное свидетельство неуклонного снижения роли внутренних моральных императивов в профессиональном поведении. Наоборот, в ряде случаев роль этических стандартов профессиональных сообществ приобретает даже большее значение для общества, чем непосредственное исполнение самих функций специализированного труда.

10. В России описанные выше процессы дополнительно осложняются тем, что, с одной стороны, профессионализация нашего общества является одним из несомненно позитивных итогов

продвижения страны по пути модернизации. Но - с другой, российской модернизации сопутствовала, во-первых, формальность данного процесса (феномены "образованщины", появление многочисленных "дилетантов с дипломами"). Поэтому те, кого именуют профессионалами, далеко не всегда располагали необходимыми знаниями или опытом и, стало быть, не могли в должной мере продуцировать соответствующий этос и этику профессий. Во-вторых, само это явление было в значительной степени вызвано постоянным давлением на профессиональные группы и организации со стороны партийно-государственной бюрократии, которая держала под плотным идеологическим и административным контролем умонастроения и все проявления духовной жизни в профессиональных средах.

В годы ускоренного, непоследовательного и во многом разрушительного реформирования страны такое положение дел усугублялось опасной тенденцией к социальному обесцениванию труда специалистов, к депрофессионализации. Эта тенденция провоцировала процесс добровольно-вынужденного отказа (полного или частичного) от официально обретенного профессионального статуса. Во многом данный процесс стимулировался духовной и социальной неподготовленностью реструктурирования общества, быстрым падением спроса на одни профессии и столь же стремительным возрастанием (подчас - искусственным) потребности в других, пере-дислокацией индивидуальных усилий с позиции служения обществу на простую демонстрацию исполнительности, на условно-престижное потребление, на гедонизм и пристрастия к развлекательной "версии жизни". Это не могло не вызывать пока еще недостаточно изученные смещения, новации и деформации в профессиональной культуре общества, в ее сердцевине - профессиональной этике, в новых способах соединения признания и успеха (статус, внешнее одобрение, популярность, доход) с призванием, в новых методах апробации профессионального долга с помощью групповых норм, санкций и прочих средств социального контроля (переход от "этического вертикализма" к "этическому горизонтализму").

Успешное исполнение функций во всех сферах приложения профессионального труда предполагает взыскательные требования к квалификации и компетентности специалистов - даже если социальные обстоятельства оказываются неблагоприятными для этого. Именно в таких обстоятельствах необходимо соединение высокого профессионализма со способностью к глубокому осознанию своей ответственности, готовностью безукоризненно исполнять свой профессиональный долг. Пренебрежение ценностями профессиональной этики, умаление значимости ее норм, своеобразной ценностной "логики", негативно влияет как на качество работы специалистов, так и на статус профессиональных групп вместе с соответствующими ассоциациями в обществе.

Кодексы, которые мы выбираем.

Кодексы, которые выбирают нас

Последняя тема была сформулирована следующим образом: ***Мотивы активизации саморегулирования "цеха": давление обстоятельств или добрая воля?*** Как справились с этой проблемой участники экспертного опроса и семинара? Спектр их суждений сгруппируем по двум основаниям.

ПЕРВОЕ ОСНОВАНИЕ - отношение к феномену саморегуляции регионального сообщества и оценка мотивов его активизации.

Следует прежде всего отметить положительное отношение к активизации процесса саморегуляции "цеха" безотносительно к мотивам активности. Вот мнение участника семинара: «Человек или сообщество пришли к мысли, что им необходимо выработать внутренние правила. Мне кажется, что всякая инициативная попытка сообщества формализовать некие ограничители его деятельности - это уже благо. Расставить знаки, как говорят на реке, "обстановку выставить": сюда не ходить, здесь - можно, - это уже хорошо».

Много это или мало? С точки зрения прагматической - немало. С этической - вряд ли достаточно. Поэтому далее выделим суждения экспертов, осмысливающих значимость адекватных природе морали мотивов активизации процесса саморегуляции. Одно из них - скорее самокритика сообщества: «Если бы саморегулирование было постоянной заботой журналистского сообщества, то сегодня не было бы поводов для таких регуляторов, которые пытаются создать политические силы. Если бы этический кодекс имел достаточное влияние на поведение журналиста, возможно, у этих сил не было бы повода "давить" на СМИ». Более того, полагает автор, если бы такое давление началось, "общество стало бы на сторону журналиста". Сегодня же общество скорее "на стороне государства: СМИ во многом утратили доверие своей аудитории».

Другое суждение как бы развивает качество самокритики журналистов пониманием ориентиров изменения ситуации: "Журналист должен думать о саморегулировании не только в смысле защиты от давления государства, но и с точки зрения защиты общества от самого себя и своего сообщества". Как бы конкретизируя этот подход, еще один эксперт, разделяющий суждения тех, кто призывает к активизации процесса саморегуляции сообщества, подчеркивает: "как бы не стать нам жертвами самообмана. Конечно, нужна более активная саморегуляция, чтобы над самими со-

бой же приподняться. Но среди мотивов большего внимания к роли наших профессиональных ассоциаций, внутренних кодексов и т.п. должен доминировать мотив самосовершенствования, а не притивостояния власти. Нашей власти вряд ли можно успешно противостоять через активизацию саморегуляции. Как существа физические, а не состоящие только из одних душевных порывов, мы будем вынуждены пока играть по правилам, которые нам навязжут”.

АНАЛИЗИРУЯ ПОДХОДЫ участников проекта, попытаемся привести дополнительные аргументы в пользу позиции, полагающей, что доминирование *мобилизационной* мотивации саморегулирования жизни СМИ может породить этические проблемы. Так, мотивировка активной саморегуляции сообщества только необходимостью противостояния внешним угрозам свободе слова может, вольно ли невольно, породить установку лишь на *выживание* сообщества, а не на его *развитие*. И тогда профессиональное сообщество естественно сосредоточится лишь на заботе о “правилах игры”, инструменте, регулирующем его деятельность, оставляя в стороне заботу о выработке собственного Кредо, т.е. представлений о своих ценностных ориентирах.

Если вся проблема саморегулирования сводится к “технике безопасности” для прессы, к осознанию необходимости неизбежной контрдеятельности самого медиа-сообщества в ситуации очевидной угрозы свободе СМИ, к необходимости для прессы самой выработать для себя некие ограничения, пока их не навязали извне, то много ли в ней собственно моральной, то есть *ценностно-ориентационной проблемы*? Не получается ли при мобилизационной мотивации все та же “охота на волков” (по Высоцкому), правда, флажки расставят уже не охотники? Возможно, в экстремальной ситуации наших дней это и неизбежно. Но как быть со стратегическими проблемами медиа-этики?

ВТОРОЕ ОСНОВАНИЕ группировки экспертных суждений - роль “правил игры” в саморегулировании “цеха”²⁰. Спектр суждений по этому вопросу включает характерную рациональную позицию: «Профессиональный подход к делу у журналиста - это жить по правилам “второй древнейшей”, но, в то же время, постоянное желание из этих правил выскочить». С ней перекликается, на наш взгляд, такое суждение: «Стесняюсь ли я самого факта заказа или “правил игры”, по которым работаешь на заказ? Скорее всего - “правил игры”».

Чаще всего эксперты ведут речь о правилах “не писанных” и, может быть, уже поэтому не бюрократических по своему назначению: «Если взять нашу редакцию, то не имея правил, “оформленных в письменном виде”, мы все же ориентируемся на неписанные нормы, причем не столько для отчета перед начальством, сколько для самих себя». Аналогично: «я говорил, что кодекс “Тюменского курьера” уже есть, пусть и неписаный. И те требования, которые я предъявлял к сотрудникам, когда мы создавали газету пять с половиной лет назад, и требования, предъявляемые сегодня, - в принципе одни и те же. Дай возможность высказаться оппоненту, у него те же права напечататься, что и у тебя; проверь информацию и прочие элементарные нормы профессиональной этики, простые “правила игры”».

Выделим оценочную характеристику практикуемых региональным сообществом “правил игры”. «Мне очень симпатична позиция Аллы Боссарт... “Я не подаю руки коллеге, купившему у собрата материал из Чернобыля и напечатавшему потом серию репортажей под своим именем. Но вряд ли сяду выпивать в клубе “Петрович” и с этим собратом”, - пишет А.Боссарт. Правда, в своей жизни я редко кому не подаю руки. Есть, конечно, некоторые люди, совершенно безнадежные, с которыми я действительно не могу разговаривать, мне это отвратительно, но их немного. Что касается нравственности конкретных тюменских журналистов, то среди тех, кого знаю, нет таких, кто бы выдвигал столь строгие принципы. И очень хотелось, чтобы и наши журналисты имели такие категоричные суждения. Может быть, А.Боссарт чересчур категорична, но это намного лучше того, что бытует в нашей жизни».

ОСОБО ПОДЧЕРКНЕМ то обстоятельство, что участники проекта прямо или косвенно показывают связь между “правилами игры” и тем уровнем профессиональной морали, который обычно выражается в виде Кредо. Так, например, на семинаре прозвучало следующее суждение: “Дело в точке отсчета: деньги - мораль - желание самореализации... В процессе заключения компромиссов с самим собой, ежедневно подбрасываемых обстоятельствами, важно не ошибиться в принципе, с величиной: не опуститься в собственных глазах, не сломаться. Убеждена - репутация дороже денег, поскольку с именем-то - жить. Будем реалистичны: журналист - профессия зачастую использу-

²⁰ Актуальность особого внимания к проблеме “правил игры” подчеркивали и участники “круглого стола” на тему “Журналистика: ответственность общественной профессии”. Так, Д.Кьева резко высказывается против отсутствия правил поведения в работе журналиста, поскольку журналист неизбежно выступает в роли суггестора, навязывающего свое мнение, свою точку зрения потребителю информации. “Нынешнее отсутствие правил ... убивает свободу миллионов читателей и зрителей получать и выбирать информацию” (Приложение к “Досье на цензуру”, с.25). С.Шустер отметил, что «...Отсутствие “правил игры” губительно, в первую очередь именно для нашей профессии. Потому что если другие профессии выживут - врачи, адвокаты, - то наша профессия настолько абстрактна, что она может и не выжить» (с. 42).

емая, это явление естественное. Вот только надо на это идти с открытыми глазами и предвидеть последствия: а во что все выльется?».

Не только понимание связи “правил” и Кредо, но и своеобразное понимание самого Кредо прочитывается в следующем суждении одного из экспертов: «На практике попытка выбора достойных ориентиров осуществлялась, когда мы с Р.Гольдбергом создавали ... телекомпанию “Ладья”. Решили пойти от слова “лад”. Наш офис был тогда на берегу Туры, по реке плыли пароходики, и мы вспомнили слово “Ладья”. Когда потом в словаре Даля увидели расшифровку слова с корнем “лад”, сразу поняли - это то, что нам нужно. Не только нам, а нужно людям, нужно жителям нашего края. Ведь недаром Тюмень называют островком если не благополучия, то стабильности, согласия (хотя и у нас возникают бури и катаклизмы, но не такие, которые за край перехлестывают). Поэтому концепция нашего телеканала - лад, мир, согласие, доброта».

Один из участников семинара прямо подчеркивает далеко не только инструментальную роль профессиональных “правил игры”: «Почему сотрудники нашей газеты, которым я недавно дал почитать кодекс “Вашингтон-пост”, даже читали его вслух? Им это понравилось только потому, что кодекс хорошо написан? Нет, наверное, потому, что в нем сформулированы очень привлекательные нравственные начала. Привлекательные начала профессии. Попробуем вспомнить свою молодость. Когда человек выбирает профессию журналиста, чем он мотивирует свое решение? Тем, что там хорошо зарабатывают? Или -тебя все боятся? Или - ты входишь, все встают? Варианты могут быть разные. И все-таки, когда очень молодой человек выбирает нашу профессию, в ней есть какие-то нравственные моменты, которые его привлекают, которым хочется соответствовать».

ПРИВЕДЕННЫЕ ВЫШЕ и в целом все “разбросанные” по разным частям “Тетрадей...” опубликованные суждения участников проекта о принятых и желаемых правилах игры, может быть, лучше всего другого помогают понять и даваемые экспертами диагностические оценки, и представления о миссии, и отношение к потенциалу саморегулирования сообщества. При этом успех попыток такого понимания обусловлен тем, предпринято ли соотношение суждений о правилах, шире - о кодексе, и суждений о миссии, в том числе - о Кредо сообщества.

Серьезный подход к смысло-ценностным проблемам “цеху” еще только предстоит превратить в намерение и реализовать на практике. Поэтому в качестве консультации предстоящего региональному медиа-сообществу процесса кодификации “правил игры” предлагаем

Декалог для будущих кодификаторов

Сказочный витязь на перепутье - не читатель, а писатель!

1. Нет подлинного Кодекса без Кредо.
(Среди аргументов - о феномене пересадки карнегианства в Россию).
2. Дух Кредо - дух корпорации.
Среди аргументов:
(А) корпорация - не бог и не дьявол, ее профессионализм предполагает ответственность перед обществом.
(Б) один кодекс на всю преднатальную корпорацию с неизбежностью тоталитарен.
3. Каждой миссии - свой кодекс!
4. Не злоупотребляй табуированием!
Функция морали в обществе не сводится к функции флажков в охоте на волков.
5. Формирование кодекса “снизу” не панацея!
В самом движении кодификации “снизу” нет гарантии его нравственной подлинности.
“Запретительный” образ морали “внизу” так же силен, как и “наверху” .
6. Договаривайся!
Деловой кодекс - не кодекс любви и дружбы. Профессиональная мораль живет по законам рациональности. Эти законы - “правила игры” - создаются на основе конвенций.
7. Не “внедряй”, а “выращивай”!
Майевтика, а не просто тренинг.
8. Резерв для творчества участников нашего семинара.
9. Резерв для Господа Бога.
10. Сам декалог для кодификаторов не вечен и потому не универсален.

Возможно, в этом декалоге - основной урок для следующего этапа самопознания тюменского регионального сообщества журналистов.