

тографии своим бывшим однокашникам. "Девчонки как угорелые носятся по полу на четвереньках, — писал Чейфи, — но вот Комиссия уже канула в Лету...".

СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ РОССИЙСКОЙ ПРЕССЫ

Глеб Павловский

ГЛАСНОСТЬ КАК ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ *

В советской системе печать, испытывая повседневный гнет, оставалась непременной частью самой власти. Главный редактор местной газеты был важным лицом в руководящих партийных коллегиях. При известных обстоятельствах (и, конечно, при поддержке со стороны влиятельных представителей партийной иерархии) он мог сыграть и собственную политическую игру, открыв кампанию диффамации того или иного ведомства или фигуры, чем широко пользовались Сталин и Хрущев, от чего отказались при консервативном Брежневе. Зато Горбачев в 1986 г. воспользовался этой лазейкой. Опираясь на согласие Политбюро несколько модернизировать экономику и государственный аппарат, он развязал кампанию критики кадров в печати — превратив затем, рядом ходов, средства массовой информации в личное лобби и инструмент дозированных утечек сведений из Политбюро.

Смена главных редакторов многих газет и журналов в 1986 г. привела к власти "шестидесятников" — умеренных партийных либералов, отстраненных от номенклатурных должностей в брежневской журналистике. К таким людям относились главный редактор "Московских новостей" Егор Яковлев, главный редактор "Нового мира" Сергей Залыгин, Виталий Коротич в "Огоньке" и т.п. Этот клан тесно связанных друг с другом людей получил определенные гарантии несменяемости, что вскоре привело к фактической "приватизации" центральных изданий. Под общим патрона-

* *Перепечатано из журнала "Среда", сентябрь 1995 г.*

жем Горбачева, главные редакторы первыми в СССР стали фактическими собственниками своих изданий. КПСС была окончательно устранена от политической дискуссии и деградировала, зато средства массовой информации быстро радикализовались и приобрели значение внепарламентской оппозиции Горбачеву же.

Превращение центральных средств массовой информации в инструмент борьбы за власть сказалось на составе новой политической элиты: исключая Ельцина, почти вся она до середины 1991 г. состояла из журналистов, либо людей, обративших на себя внимание в эпоху гласности несколькими публицистическими статьями.

Честь августовской победы пресса приписывает себе. Однако в действительности роль прессы в те три дня, когда в Москве не выходили никакие газеты, кроме официально поддерживающих ГКЧП, была скромной. Именно из вечерней программы “Время”, игравшей роль основного советского официоза, население СССР узнало не только о перевороте, но и о том, что неукротимый Ельцин, выступая с танка перед Домом правительства, призвал Москву и все республики к сопротивлению.

Несколько лет политику в России пытались проводить, не создавая политических инструментов. Борясь за влияние при кремлевском дворе, политики фактически арендовали необходимые им орудия у власти, вместо того, чтобы создавать собственные. Это породило крайне туманный стиль самой политики и гиперболизированный вес президента – раздатчика благ, должностей и “политических позиций”.

Видна крайняя профессиональная разобщенность журналистов, которых только вероятность повышения налогов толкает к объединению, но как корпорация они совершенно неспособны противостоять ни правительству, ни собственному директорату.

На фоне низкого профессионализма заметно злоупотребление своими способностями со стороны профес-

сионалов высокого класса. Бьют по глазам проявления самой грубой, запрещенной законом цензуры и прямые попытки давления правительства на прессу.

Таким образом, сегодняшняя ситуация сложилась при взаимодействии двух процессов:

первый – трансформация СМИ как советского института власти в инструмент “гласности”, власти революционной, – и затем, в составе субъекта-победителя, – в институт постсоветской, российской власти.

Во всех этих трансформациях шла игра на повышение – СМИ как институт не терял позиции, поначалу даже усиливал. Процесс прошел несколько точек апогея, довольно разных по природе и источникам, последняя по времени – 1993 г., когда СМИ сработали как силовое министерство, что привело власть к крупнейшему успеху октября 1993 г. и затем к скорому политическому фиаско на выборах декабря 1993 г.

В момент русского похода на Чечню произошла окончательная потеря статуса силы СМИ (особенно печатных и независимых). Пресса пыталась произвести ненасильственную революцию (очередную, не первую) – сместить правительство без политической поддержки, только силами самих СМИ – и не смогла.

Российских СМИ нет. Есть постсоветские центральные и все остальные.

Рынок первых – пространство бывшего СССР, именно этим они важны, именно за влияние на этом пространстве им платят. Природа центральных СМИ – механизм влияния власти на общество и доминирование сильных групп во власти над слабыми группами.

Московские СМИ – зона пересечения особых интересов нескольких правящих элит – российской, новых государств, международных. В последнее время сюда включаются и региональные. Поэтому их рынок – не аудитория, или, точнее, их реальная аудитория – узкий элитарный сектор власти.

Российская Федерация унаследовала от СССР медиа как уникальный институт “окологосударственной” власти. В период перестройки СМИ первыми перешли в теневую собственность своего патроната – группы главных редакторов и ведущих сотрудников, которые полностью определяют их финансовую политику, распределение доходов и политическую линию. Они стали заменителем демократического механизма, доступным для контроля со стороны правительства.

Новая группа собственников вошла в новую правящую элиту и получила прямой доступ к власти и даже к формированию ее кадров. Она как бы скомпенсировала отсутствие демократического избирательного механизма, создав его эрзац. Сложилась корпорация журналистов-политиков, они не анализируют, они хотят делать.

Журналисты в РФ – посредники заинтересованные, они мечутся между разными отрядами власти, стремясь влиять на общество в интересах наиболее перспективной властной группировки.

СМИ – специфический сектор власти, но не передаточный механизм влияния общества на власть. Журналист должен бросать вызов политикам, а кому бросать вызов, если политик – его клиент и заказчик, а политика – единственный рынок?

Банком в этой ситуации является для него заказ – спонсора, деньгодателя, его представителя – главреда. Отсюда низкое качество и непрофессионализм. Ни один журналист, как правило, не смеет назвать истинные источники дохода своего издания.

Они практически не зависят от рынка и от собственной аудитории. Ни по содержанию, ни по номенклатуре изданий, которая остается традиционной. Но при этом роль ЦСМИ на гигантском пространстве РФ исключительна.

Возникла иллюзия всемогущества, когда журналисты, казалось, формируют состав государственной элиты. Они

выполняют функцию общества при избрании правящего класса (журналисты – это и есть сама “демократия”!), они же и выразители интересов общества.

Во время событий осени-зимы 1993 г. этот комплекс сломался. Оказалось, СМИ – инструмент, способный манипулировать только самим правящим классом.

Вопрос ставился технически с самого начала: победа на выборах – это деньги + ЦСМИ. Проиграв, эта стратегия сломала старую схему отношений власти и СМИ, привела к началу стратегического перевеса частного сектора в ЦСМИ.

На самом деле, результат выборов – прямое следствие действия СМИ в качестве альтернативного механизма формирования элиты, поставщика кадров власти.

СМИ столько раз играли роль безальтернативного формировщика “общественного мнения”, что рассчитывали сыграть эту роль еще раз. Была попытка провести теневые выборы под видом реальных, используя СМИ как альтернативный (при этом более реальный) избирательный инструмент.

Но на этот раз именно этот механизм гипноза сработал против правящего класса – загипнотизированными оказались только они одни. Наоборот, преимущество в этих условиях осталось за теми, кто (вынужденно!) играл по правилам: то есть теми, кто был вытолкнут за пределы электорального механизма СМИ как “плохой парень”. Вынужденно играя по правилам, составленным противостоящей им стороной (президентом), в условиях некоторого контроля (международного!) за соблюдением этих правил, они выиграли.

Парадоксально демократический результат процедуры, задуманной с недемократическими целями. Сегодня СМИ гипнотизируют только собственную элитную вертикаль. Информационного рынка нет, но есть российская информационная среда – крайне важная для политической журналистики и совершенно непохожая на западную.

Будучи аспектом власти, частью ее механизма, СМИ не могут рассчитывать на общественную солидарность с ними. Приходится запасаться балансовыми связями (иначе – не миновать превращения в политическое тело). К моменту конфликта фантомная профессиональная независимость исчезает – и все решается соотношением силы.

* * *

Что мы сделали за это время?

В некотором смысле мы сделали то, что следовало – мы нашли деньги на СМИ. Но это не те деньги, с которыми сегодня можно работать. Это не финансы, а подачки, жестко привязанные к быстро устаревающим обстоятельствам, и оттого лишшающие их обладателя свободы маневра.

Вам платят как бы при том условии, что вы останетесь неприиспособлены к рынку, не подготовитесь к неизбежным переменам. Такие деньги безвариантны. При любом экономическом кризисе у вас один путь – что-нибудь украсть или выбить из спонсора (власти или привластного бизнеса) добавочные дотации. Оттого неслыханное количество средств, закачанное в российские СМИ за последние пять лет, не дало ничего, кроме невероятно ресурсоемкой, неэффективной, предельно нацеленной на пропаганду информационной машины.

Мы долго мечтали начать влиять, но когда получили эту возможность – не позаботились обзавестись тонким профессиональным инструментом влияния, независимым от среды. Журналист центральных СМИ сегодня сотрудник силового министерства Российской Федерации. Это реальность, которую можно осуждать сколько угодно, но нескоро удастся изменить.