20 ЛЕТ КАФЕДРЕ СОЦИОЛОГИИ ЖУРНАЛИСТИКИ

Е.П. Прохоров, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой социологии журналистики факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: e-prokhorov@mail.ru

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ СМИ КАК ГЛАВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕМОКРАТИИ

Автор предлагает в условиях отсутствия общественных СМИ перестроить деятельность государственных так, чтобы они выполняли роль всеобщего представителя в информационной сфере.

Ключевые слова: *государственные СМИ, информационный порядок, диалог, взаимодействие с «частными» СМИ, трансформация отношений с аудиторией.*

Author offers to rebuild the activity of state media in conditions of absence of civil media in order to make them play the role of universal representative in media sphere.

Key words: *state media, information order, dialogue, interaction with private media, transformation of relations with audience.*

Государственные СМИ — а их корпус в центре и на местах очень немал — вызывают в среде политиков и журналистов самые разнообразные толки, оценки, суждения, предложения. Крайних позиций две. Одна — государственных СМИ вообще не должно быть: нельзя за счет госбюджета (т.е. всех налогоплательщиков) выпускать СМИ, выражающие точку зрения только официальных структур и имеющие ограниченный круг распространения. Эта позиция свойственна оппонентам власти прежде всего «справа» и основывается «внешне» на экономической логике, хотя «внутренне» (сознательно или нет) настояна на идее дать простор «частной» журналистике. Другая позиция заявлена в Доктрине информационной безопасности РФ: государственные СМИ надо укреплять, расширять их возможности по своевременному доведению достоверной информации до российских и иностранных граждан. При этом одной из требующих преодоления опасностей называется «деформация системы массового информирования». В основу этой позиции положена другая логика — требование укрепления информационной безопасности личности, общества, государства через трансформацию государственных СМИ.

На первый взгляд каждая из этих взаимоисключающих позиций имеет не только право на существование, но, по крайней мере внешне, безупречна. Легко заметить, что логические основания

различны, а аргументация неполна и одностороння, да еще и содержит скрытые «виды». Впрочем, если провести анализ обеих позиций с точки зрения реальных информационных потребностей общества, можно придти к неожиданным консолидирующим результатам.

Но золотую середину, точнее — рациональное решение в интересах всего общества найти не удастся, пока не будет выяснена истинная роль государственных СМИ в демократической системе организации жизни. При этом вряд ли стоит в основу обсуждения ставить вопрос, достаточно ли места отведено освещению деятельности высших и местных органов государственной власти, изложению мнений государственных деятелей по тому или иному вопросу, «Парламентскому часу» или «Клубу сенаторов», выступлениям депутатов. Это все важные, но *частные* вопросы более *общей* проблемы — специфики характера информационной политики государственных изданий и программ как особого социального типа СМИ (наряду с *частными*, уже широко распространенными и выявившими свои особенности, и *общественными*, у нас отсутствующими, но имеющимися в разных вариантах за рубежом).

Логика и интуиция подсказывают, что наилучшим образом соответствует требованиям информационного обеспечения демократии и, более того, широкого гуманистического «обслуживания» общества на базе ценностей высокой политической, экономической, правовой, этической, эстетической культуры именно третий тип СМИ — общественная журналистика.

А это значит, что в России также объективно необходимо создание СМИ третьего типа — того, который часто называют «общественные СМИ». Зарубежные и отечественные журналисты и исследователи часто говорят об общественных СМИ как о важнейшем инструменте демократии. На создание и государственную заботу о них постоянно обращает внимание Совет Европы. «Концепция демократии, прав человека и свободы распространения информации неразрывно связана с понятием общественного вещания» (1999), причем оно должно быть «форумом для общественных дискуссий», «ориентиром для всех членов общества и фактором социального сплочения» (1994). Вышедшая в России книга «Общественное телерадиовещание» содержит кроме документов СЕ еще и проект закона об общественном телерадиовещании. Общественное телерадиовещание, по мысли составителя Ю.Р. Вдовина, «предназначено для общества, финансируется обществом, контролируется обществом», и эта информационная служба «осуществляла бы функцию национальной точки отсчета и национальной идентификации», имея целью создание «информированного гражданского

общества»[1]. Руководство же осуществляют «Советы управления», а также и «консультативные комитеты по программам, состоящие из представителей общественности и специалистов по аудиовизуальным вопросам» или «Совет по вещанию» (состоящий из делегированных государством и институтами гражданского общества членов). Финансирование, по документам СЕ, осуществляется через госбюджет, абонементную плату, поступления от рекламы, спонсоров, продажи, причем в документах Совета Европы постоянны обращенные к государствам-участникам призывы по поддержке «общественного вещания» и «определению способов обеспечения надлежащего финансирования общественных вещателей». По проекту закона Ю.Р. Вдовина, «лучше всего абонементная плата». Об общественных СМИ думают и в Государственной думе, группа депутатов которой подготовила соответствующий проект закона, который, впрочем, так надолго застрял в комитетах и подкомитетах Думы, что, кажется, из этого лабиринта ему долго не выбраться.

Идея «общественных СМИ» (странно, правда, что речь всеми ведется только о PBS, т.е. ТВ и РВ; а почему пресса выводится «за скобки»?) теоретически очень привлекательна. Смысл «общественных СМИ» в том, что, организуемые и руководимые органом, представляющем все разнообразие институций общества (от президента и парламента до партий и общественных объединений, от творческих союзов и спортивных обществ до различных кооперативов и защитников животных), они формируют и реализуют информационную политику, отличную от других типов СМИ. Они, во-первых, представляют все разнообразие мнений и взглядов, а во-вторых, ведут конструктивный диалог в перспективе достижения согласованных позиций и решений, т.е. «общественные» СМИ способны максимально полно и эффективно реализовать требования информационного порядка. Получает хождение афоризм: если *частные* создают контент, чтобы обслуживать владельца и делать деньги, то *общественные* СМИ получают деньги, чтобы создавать контент, нужный аудитории.

Но существует много недоумений и возражений, связанных с организацией, управлением, финансированием *общественных* СМИ. Кто станет их учредителем и издателем? Вероятно, необходимо создание организации типа Национального (и соответственно региональных ответвлений) совета по СМИ с множеством функций, в том числе и издательской/вещательной. В этой связи стоит обратить внимание на положение Доктрины информационной безопасности, согласно которому государство «поддерживает деятельность общественных объединений, направленную на объективное ин-

[1] Под «национальным» подразумевается, естественно, «общенародное»

формирование населения о социально значимых явлениях общественной жизни, защиту общества от искаженной и недостоверной информации». Но как при нашем плюрализме-плюральности наладить продуктивное сотрудничество представителей множества организаций-учредителей? Небезосновательны и опасения, что *общественное* вещание попадет под пресс олигархов и/или власти.

Не прибавляют оптимизма и реалии функционирования PBS за рубежом. В. Буковский (российский диссидент, живущий в Англии) восстал против Би-Би-Си, считая, что абонентная плата используется для односторонней поддержки правительства Блэра. Только германские каналы ARD и ZDF меньше подвержены критике. Широко распространенные кабельные каналы PBS, созданные на частные деньги, до́роги для широкой аудитории и ориентированы на элиту. Более того, по некоторым данным, PBS все больше коммерциализируются, а потому приближаются к стандартам массовых «частных» СМИ. У существующих в Интернете форумов и других «площадок», где обсуждаются в том числе и серьезные общественные проблемы, — неопределенный, текучий и в целом узкий состав участников (community).

Проблем много. Опыта такого рода деятельности в стране нет (хотя из зарубежного опыта можно почерпнуть кое-что полезное, впрочем, и там оно, что называется, вперемешку с неприемлемым). Но разве не ясно, что «устроит» информационный порядок не рынок (только), а прежде всего сознательные усилия общественности, направленные на формирование оптимальной системы журналистики, включающей «на равных» все три типа СМИ. И можно с достаточными основаниями прогнозировать ее развитие. При уверенном развитии *общественных* для огромной массы аудитории они будут выходить на первые роли; при этом поведение *частных* СМИ будет все более приближаться к оптимуму (*частное* в свете и с активным рациональным включением в *общее*); а государственные СМИ станут постепенно превращаться в бюллетени официальной информации (поскольку *общественные* СМИ возьмут на себя роль действительно «всеобщего представителя»).

Но если до создания и — в перспективе — обретения устойчивости (и даже завоевания первого места в системе) *общественных* СМИ еще далеко, то что делать сейчас? Как в ситуации функционирования двух социальных типов — *частных* и *государственных* — оптимизировать информационное пространство и информационный порядок?

Разумеется, оптимизация (кто за это возьмется и можно ли добиться успеха?) деятельности обоих существующих типов СМИ — другого пути у нас нет — в том виде, в каком они существует сейчас, необходима и законна, однако критико-теоретический анализ

может показать, где и как они отступают от требований информационного обеспечения демократии, и предложить способы оптимизации.

Частные СМИ, если они соблюдают требования законодательства, могут трансформироваться только по воле владельцев, для которых массово-информационная составляющая их деятельности связана с интересами той или иной социально-экономической группы и в значительной мере ведется с оглядкой на экономическую выгоду.

Значит, критическому анализу и затем оптимизации подлежат прежде всего государственные СМИ, информационная политика которых — если требования информационного порядка будут приняты учредителями и коллективами к исполнению — подлежит трансформации. Ultima ratio — кроме аргументов «необходимость диктует» и «если не они, то кто» — их природные качества многое позволяют и даже требуют сделать, однако в полной мере все объективные требования они (по крайней мере в реальной современной ситуации) не реализуют — для этого требуется серьезная перестройка. Случайно ли в Доктрине информационной безопасности РФ указано на необходимость «укреплять государственные средства массовой информации», для чего требуется «разработка методов повышения эффективности участия государства в формировании информационной политики <...> государственных средств массовой информации».

Проблема — в направлении и характере организации этой перестройки.

Ведь если государство теоретически — «всеобщий представитель», то государственные СМИ — всеобщий представитель в информационном пространстве страны и мира. Логика такова: представляя общенациональные (а в перспективе общечеловеческие) интересы, они могут и обязаны видеть и учитывать все социальные разнообразия нации (и человечества), особенности положения, потребностей, интересов, запросов всех социальных слоев и групп. Требование представлять *общее* в свете и при осмысленном принятии и учете *частного* как раз и составляет специфику социального статуса государственных СМИ. Поэтому именно им отведена обязанность «думать за всех и за каждого». А это значит — надо строить информационную политику в жестком соответствии с требованиями информационного порядка по информационному обеспечению гуманистически ориентированной демократии. Тем самым снимается претензия тех, кто (справедливо) считает, что на деньги всех нельзя представлять часть.

Президент в «Послании Федеральному Собранию Российской Федерации» (2005) исходя из идеи, чтобы «на национальном теле-

видении были в полной мере учтены самые актуальные потребности российского гражданского общества», декларировал: «Мы должны создать гарантии, при которых государственное телерадиовещание будет максимально объективным, свободным от влияния каких-либо отдельных групп и отражать весь спектр общественно-политических сил в стране».

Согласно мнению Президента об Общественной палате, реализованному в Законе «Об общественной палате РФ» (2005), эта функция возложена на Общественную палату, которая «может привлекать к своей работе общественные объединения», которые не вошли в ОП, и «образовывать комиссии и рабочие группы ОП». Притом требование формулируется достаточно жестко: для обеспечения свободы слова в составе ОП «может быть создана комиссия из числа уважаемых профессиональным сообществом людей, которые будут обеспечивать независимость вещательной политики». Приступило ли Министерство, отвечающее за деятельность массовых коммуникаций, к реализации этих предложений?...

Проблему надо переводить в «ясное поле сознания» и находить необходимые организационные решения. И властным структурам давно надо было бы заинтересоваться проблемой специфики государственных СМИ и разработкой характера и направлений их информационной политики как «голоса» государства, являющегося «всеобщим представителем». Но пока не случилось.

Какими же видятся основы информационной политики государственных СМИ как всеобщего представителя в сфере информации?

Прежде всего управляющее ядро каждого государственного СМИ убежденно и открыто принимает на себя обязанность вести информационную политику так, чтобы СМИ выступало всеобщим представителем потребностей, интересов, запросов, вопросов, недоумений, замечаний, несогласий... — всех информационных нужд всех социальных слоев.

Добиваться такого уровня информированности можно, только руководствуясь духом и буквой концепции плюрализма, настоянного на толерантности, только через организацию широкого и конструктивного диалога в перспективе поиска согласия и консолидации общества на гуманистических основах.

Технологически это обеспечивается, во-первых, заботой о максимально полной информированности журналистов как о государственных решениях и спорах в коридорах власти, так и всесторонним знанием основ информационной политики *частных* СМИ и ее конкретных проявлений по всему спектру явлений социальной жизни.

Разумеется, для этого необходим мощный информационно-аналитический центр мониторинга массово-информационных про-

цессов в каждом из федеральных округов в дополнение к государственным информационным агентствам. Обязанность всех этих служб — оперативное снабжение государственных СМИ разного типа массово-информационными продуктами. Что, разумеется, не снимает с каждого СМИ и его сотрудников поиск необходимой для него информации. Полученное от агентства вместе с собранным самими журналистами материалом — это тот богатейший портфель, из которого формируется контент конкретного номера, выпуска, программы в соответствии с принятой информационной политикой. Так появляется возможность действительно полного и достоверного информирования аудитории.

Состав жанровых форм контента номера или выпуска не может не быть максимально широк. Главными среди них неизбежно окажутся аналитические обзоры актуальных публикаций *частных* СМИ и материалов Интернета. А в наиболее важных случаях — полное и точное их дайджестирование. Разумеется, полное представление официальных позиций государства (и его представителей), а также, конечно, политических партий. И постоянно публикуемые редакционные статьи (по типу editorial). А кроме этих центрирующих номера, выпуски, онлайновые издания материалов — широкий набор публикаций о культуре, науке, спорте, т.е. обо всем том, что постоянно интересует аудиторию.

Таким образом, читатель получает возможность познакомиться со всем спектром разнонаправленных представлений о современности. Тем самым реализуются только начальные требования плюрализма (пока в форме плюральности). Пример: государственное радио оповещает свою аудиторию о некоторых своих передачах так — мы представляем все точки зрения, а выводы за вами. С исходным тезисом надо радостно согласиться. Но разве возможно рядовому слушателю аудитории разобраться во всех хитросплетениях *частных* взглядов и самостоятельно сделать верные выводы?

Толерантное поведение журналистов государственных СМИ по отношению к разнообразию позиций, проявляющееся в терпимости к ним и аккуратном их представлении аудитории, — только основа их истинного плюрализма.

Подлинность плюрализма проверяется и реализуется в конструктивном диалоге. Но с точным пониманием и реализацией точно понятого диалогизма — проблема. Хотя слово «диалог» (например, «Диалог в прямом эфире») употребляется нередко, но чаще всего в нестрогом смысле. Это все то же представление разных позиций и взглядов. Но ведь для диалога представление (даже исчерпывающее) разных позиций, взглядов, полемические схватки, обсуждения предлагаемых идей, острые дискуссии — всего только начальная стадия «работы» над выявленной проблемой. Если все

это не одухотворено стремлением к реальному движению к согласию на основе сближения подходов и требований, то о диалоге говорить трудно, если не бессмысленно.

Конечно, даже хорошо организованный диалог убежденно и искренне настроенных на поиск согласованных решений вовсе не сразу дает позитивные результаты. Возможны и отказы, обострения отношений участников, паллиативы — временные решения... Но иного пути в современном обществе нет — в условиях, когда отсутствуют (или сведены к минимуму) антагонистические противоречия, идеи движения к согласию сначала по частным вопросам, а в перспективе — к социальной консолидации должны и будут играть все более важную роль. Таков, представляется, императив исторического развития человечества, его устойчивой эволюции. Но для реализации этого требуется мощная консолидированная информационная поддержка. Иначе — говоря языком синергетики — неустойчивое диссипативное состояние.

Пока реалии жизни государственных СМИ, следовательно, таковы, что свою информационную политику они в соответствии с закономерностями информационного порядка не строят. В лучшем варианте — эти требования реализуются «не в полой мере», если руководители и журналисты интуитивно ощущают особую роль государственных СМИ.

Конечно, трудности такой трансформации государственных СМИ огромны. Ведь требуются инновационные решения во многих сферах журналистской теории и практики. Но есть ли иной путь оптимизации деятельности СМИ в демократическом социальном государстве, все активнее заявляющем гуманистические ценности в своей деятельности?..

Если предложенная модель информационной политики государственных СМИ имеет смысл и будет в том или ином виде реализовываться, непременно последуют и изменения в информационной политике *частных* СМИ. Конечно, кардинальному изменению характера политики *частных* СМИ с полным учетом требований демократического информационного порядка сопротивляется сама их природа. Ведь *частные* СМИ, представляя и отстаивая интересы «своего» слоя/объединения/хозяина, в демократическом обществе либо «не видят» интересов «инаких», либо всего только частично их учитывают, притом достаточно неохотно даже при понимании того, что «все в одной лодке». В случае же перемен в информационной политике государственных СМИ в соответствии с требованиями информационного порядка, техническом, организационном, финансовом и кадровом ее обеспечении можно и нужно надеяться и на изменения в их информационной политике.

Что *частные* СМИ в буквальном смысле вынуждены будут делать, обнаружив изменившееся поведение *государственных*? Увидев там критико-аналитические (а может быть, и аргументированно негодующие, обоснованно иронические) реплики в свой адрес, не станут ли опасаться развязности, бездоказательности, придуманности в своих публикациях? Не станут ли менее закрытыми, отстраненными от «других» и более толерантными к «инаким»? Не появится ли стремление перейти от глухого монолога к диалогу (пусть скрытому, что называют «монологическим диалогом»)? И с движением к какой-то форме согласия? Иначе говоря, не появится ли у *частных* СМИ сначала, может быть, вынужденное, а потом и искреннее желание видеть «себя» и свою позицию и стремления на фоне интересов «других» и в чем-то корректировать свою позицию в перспективе «общего интереса»?

Конечно, идентичными линии поведения *частных* и *государственных* СМИ не станут и не должны стать — иначе какой же плюрализм. И подход к требованию информированности будет разным: один подход к содержанию информированности будет у *государственных* СМИ и другие подходы у *частных*, но они будут взаимодополнительными — ведь каждый гражданин нуждается в информированности и с точки зрения группы (и даже групп), в которую он входит, и с точки зрения общенациональной (даже общечеловеческой), ибо он также и «гражданин мира». И по необходимости будет складываться перманентный диалог между двумя типами СМИ, что пойдет на пользу всему обществу. Граждане будут лучше, притом стереоскопически, информированы по всему спектру жизни общества (от политики, экономики и права до этики, эстетики, культуры, быта и т.д.). Будут преодолеваться те проблемы и прямые угрозы, которые указаны (а многие и не указаны) в Доктрине информационной безопасности. В том числе активнее формироваться и проявлять себя в жизни институты гражданского общества.

И наконец. Такая организация информационного порядка, своеобразно трактуемого взаимодополняющими *государственными* и *частными* СМИ, но при этом реализуемого в целях полнокровного и эффективного информационного обеспечения демократии, придаст журналистике подлинно свободный характер. Ведь только при таком порядке гражданин сможет принимать свободные решения, содержание которых будет не произвольно/неопределенно, а проявляться как «снятая (творчески реализованная) необходимость» и потому соответствовать действительным потребностям и отдельного гражданина, и социальных групп, и общественных объединений, и всего общества (а потом и всего человечества). Так в наибольшей степени будет реализована социально-творческая

свобода СМИ, а не та узкая концепция (свобода получения данных, свобода создания информационного продукта и свобода его распространения, разумеется, при соблюдении требований Закона). Ограничения же могут быть только внутренними (необразованность, неадекватность социальных позиций журналистов, недостаток креативных способностей, организационные трудности и т.п.)...

В песне, одно время бывшей популярной, поется:

«Важней всего порядок в доме
Есть ты и я, а то, что кроме,
Исправить можно с помощью зонта».

За последние полтора десятилетия журналисты и журналистика прикрывались от истинных потребностей общества зонтиками разной формы и расцветки, однако «порядка в доме» СМИ так и не навели. Не пора ли понять, что такое информационный порядок в истинном свете, и приступить к делу, трансформируя законодательство и развивая нормы журналистского саморегулирования в рамках широкой концепции деонтологии... Но первый шаг — понять, что же такое действительно демократический информационный порядок и какова в реализации его норм на данном этапе роль государственных СМИ (а в будущем и общественных). Будут несогласные. Следует ли отсюда вывод, что предлагаемая модель реализации требований информационного порядка — иллюзия? Но тогда надо предлагать другую модель...

Поступила в редакцию
08.09.2010