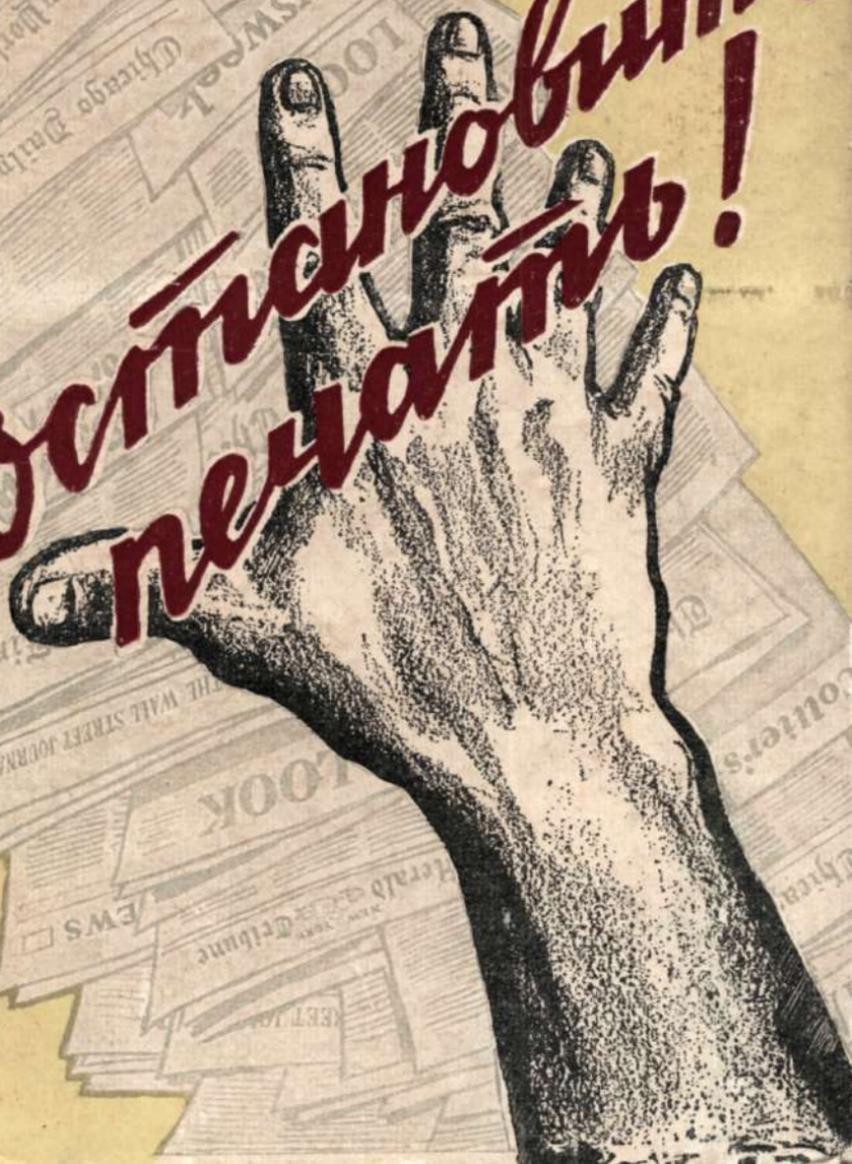


ДЖОРДЖ МАРИОН

*остановите  
печать!*



**ДЖОРДЖ МАРИОН**

# **ОСТАНОВИТЕ ПЕЧАТЬ!**

*Перевод с английского*

**Г. ЕРОФЕЕВОЙ, Н. КУЗЬМИНСКОГО**

**и П. РАТИАНИ**

*Вступительная статья*

**Д. КРАМИНОВА**

**И \* Л**

**ИЗДАТЕЛЬСТВО  
ИНОСТРАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

*Москва, 1954*

GEORGE MARION

# STOP THE PRESS!

*Being Volume 1  
of The Next Hundred Years*

NEW YORK

1953

## ВСТУПИТЕЛЬНАЯ СТАТЬЯ

На предвыборном митинге Прогрессивной партии США в Медисон-сквер-гардене в Нью-Йорке меня познакомили с невысоким черноволосым и большеглазым человеком, улыбка которого была удивительно привлекательна. Вокруг, как обычно бывает на митингах, стоял большой шум, поэтому имени моего нового знакомого, говорившего тихим голосом, я не расслышал. Когда публика, восторженно встречавшая Поля Робсона и кандидата в президенты от Прогрессивной партии Винсента Холлинэна, несколько утихла и мы уселись на скамью, причем мой новый знакомый оказался рядом со мной, я спросил, как его зовут. Он понимающе и застенчиво улыбнулся и ответил:

— Джордж Марион...

Это был известный американский публицист, автор ряда книг, разоблачающих реакционную, агрессивную политику США. Советским читателям уже знакомы некоторые работы Джорджа Мариона. На русском языке изданы его книги «Базы и империя» и «Судилище на Фоли-сквер».

Предлагаемая вниманию читателя новая книга Мариона, вышедшая в свет в Нью-Йорке в июне 1953 года, посвящена американской печати. Джордж Марион пишет, что эта книга — только первый том задуманного им большого произведения «Ближайшее столетие», в котором должны быть отражены волнующие события нашей эпохи — грандиозный размах освободительного движения человечества против капиталистического рабства.

Люди, управляющие современной Америкой, используя мощный аппарат американской буржуазной печати, не перестают утверждать, что причиной освободительного движения народов является «коммунистический

заговор» и «интриги Москвы». Население Соединенных Штатов, подвергающееся непрерывной обработке при помощи самых разнообразных средств пропаганды, в значительной мере находится в неведении относительно истинного характера происходящих событий. При этом ему назойливо внушают, что именно в Америке существует полная свобода выражения мысли, что именно американцы имеют самую правдивую информацию и что «свобода печати» в Америке является образцом для всего мира.

Поэтому Джордж Марион решил начать свое повествование о борьбе народов мира за освобождение с показа истинной роли и характера американской печати.

В своей книге «Остановите печать!» Джордж Марион говорит о том, почему американская буржуазная печать служит интересам монополий. На целом ряде убедительных фактов автор показывает, что в настоящее время в США издание газеты под силу только миллионерам, и не просто миллионерам, а только наиболее крупным из них,— тем, кого в Америке называют мультимиллионерами. Большие американские ежедневные газеты — это крупные капиталистические предприятия, в которые вложен огромный капитал. Без многих миллионов в Соединенных Штатах немисливо даже мечтать об издании не только общенациональной, но и мелкой провинциальной газеты.

Даже крупные газетные издательства США не существуют в одиночку. Они объединены в особые газетные концерны, раскинувшие свои филиалы по всей стране. Помимо больших ежедневных общенациональных газет, эти концерны издают газеты в больших и малых провинциальных городах. Наряду с газетами они издают также и журналы, которые в одних случаях являются воскресным приложением к газетам, а в других — самостоятельными изданиями. Такими крупными газетными концернами США ныне являются: концерн газеты «Нью-Йорк Таймс», которую можно считать крупнейшей газетой американских монополий; концерн газеты «Нью-Йорк геральд трибюн», всегда тесно примыкавший к верхушке республиканской партии, а теперь даже связанный особыми

личными узами с лидерами этой партии; концерны Скрипс-Говарда, Херста, Маккормика (в Чикаго) и некоторые другие.

Крупнейшие издательские концерны тесно переплетены с другими капиталистическими монополиями и банковскими трестами. Во многих случаях директора газетных концернов входят в состав правлений промышленных, транспортных и других корпораций и, наоборот, директора промышленных корпораций входят в правления газетных концернов. Десять крупнейших издательских концернов входят в состав Национальной ассоциации промышленников США — этого штаба американских монополий.

Газетные тресты, входящие в Национальную ассоциацию промышленников, принимают активное участие как в разработке политики указанной ассоциации, так и в проведении этой политики в жизнь. Поскольку в руках газетных концернов практически сконцентрирована вся буржуазная печать США, то почти все, что приходится читать рядовому американцу, преподносится ему с точки зрения интересов Национальной ассоциации промышленников. Общественное мнение, которое пытаются создать газеты и журналы газетных концернов, целиком соответствует интересам и целям Национальной ассоциации промышленников, то есть интересам и целям крупнейших монополий страны.

Джордж Марион не показывает на конкретных фактах связи крупных капиталистических газет с другими капиталистическими организациями. Однако из нарисованной им картины совершенно недвусмысленно следует, что миллионеры — владельцы газет — могут защищать и защищают только интересы миллионеров, в какой бы области они ни действовали. Марион убедительно доказывает, что все разговоры о возможности объективного подхода владельцев газет-миллионеров при освещении событий являются лживым вздором и чепухой, рассчитанными на обман простаков.

Помимо этой тесной экономической связи газетно-журнальных капиталистических концернов с другими монополиями США, имеется множество других нитей, которые крепко привязывают газету к монополиям, корпорациям и фирмам. Наиболее важной из них является «необходимость получения заказов на публикацию рекламы

Марион показывает, что без рекламы буржуазная печать США существовать не может, так как подписная и продажная цена на газеты и журналы не окупает расходов даже на приобретение бумаги, на которой напечатаны эти издания. Реклама занимает основное место в каждой газете и массовом журнале. Порой она заполняет от половины до трех четвертей всей газетной площади.

Доходы от рекламы являются основой газетного бизнеса. По приблизительным подсчетам американских экономистов, в США ежегодно тратится на рекламу свыше шести миллиардов долларов, что в несколько раз превышает расходы правительства США на просвещение или здравоохранение. Из этих шести миллиардов печать получает до полутора миллиардов. Доходы, получаемые печатью, делятся в основном между десятью основными газетно-журнальными концернами, входящими в Национальную ассоциацию промышленников и фактически владеющими всей массовой буржуазной печатью страны.

Нетрудно предугадать, какую позицию могут занимать газеты и журналы, ибо владельцы их живут, процветают и богатеют за счет других крупных монополий и корпораций-рекламодателей. Любое выступление газеты или журнала, направленное против интересов этих монополий, ведет к немедленному прекращению заказов на рекламу, а следовательно, к прекращению доходов и последующему банкротству.

В начале 1953 года американская прогрессивная печать рассказала именно о таком случае. Издатель местной газеты в Лас-Вегасе, в штате Невада, осмелился опубликовать ряд материалов, разоблачающих финансовые махинации, а также чисто уголовные дела сенатора реакционера Маккарэна — автора скандально известного расистского закона, ставящего национальные меньшинства в США на положение граждан второго сорта и запрещающего въезд в страну прогрессивным деятелям из-за рубежа. Маккарэн, как известно, был председателем сенатской комиссии по расследованию антиамериканской деятельности, занимающейся травлей прогрессивных сил США. Преследуя честных людей, Маккарэн всячески покрывал преступников — владельцев казино, игорных и публичных домов в Лас-Вегасе, которые финансировали в свое время избрание Маккарэна в сенат. Увидев в га-

зете своего города материалы, разоблачающие Макка— рэна, владельцы казино и других сомнительных, но доходных домов немедленно прекратили давать этой газете рекламу. В результате газета в течение короткого времени понесла убыток в размере 200 тысяч долларов.

Надо сказать, что подобные «недоразумения» случаются раз в несколько лет. Как правило, буржуазные газеты фактически не отделяют себя от капиталистических монополий, хотя на словах они и болтают о своей «свободе» и «независимости». Эта лживая болтовня является обычной маскировкой и обманом читателей, рекламой мнимой объективности, которая помогает им еще лучше, еще надежнее служить капиталистическим монополиям.



Многие реакционные мероприятия правящих кругов США были разработаны первоначально в недрах Национальной ассоциации промышленников, которая играет весьма активную роль в формулировании внутренней и внешней политики США. Так, реакционный антирабочий закон Тафта — Хартли, сильно ограничивший права профсоюзов, был выработан в общих чертах в одном из комитетов этой ассоциации, а другой реакционный и расистский закон Маккарэна — Уолтера, имеющий целью расколоть трудящихся по расовому признаку, а также по признаку национальности и происхождения, был подсказан Национальной ассоциацией промышленников. Приказ президента Трумэна о проверке «лояльности» всех служащих государственного аппарата почти текстуально воспроизводил соответствующий документ ассоциации.

Воплощение в законы реакционных замыслов руководителей Национальной ассоциации промышленников-миллиардеров — Моргана, Рокфеллера, Дюпона, Меллона, Лэмана и других — было в значительной мере обеспечено буржуазной печатью. Печать США начала пропагандировать «необходимость» принятия этих законов и приказа президента, как только в недрах ассоциации зародился и выкристаллизовался сам замысел. Прокладывая дорогу закону Тафта — Хартли, буржуазная печать многие месяцы подряд трубила о «засилье» в США профсоюзов, об опасности забастовок для дела обороны

страны, об угрозе американской экономической мощи. Расписывая самыми черными красками мнимое злоупотребление профсоюзами правом на забастовки, печать злонамеренно восстанавливала торговцев, служащих и фермеров против рабочих, рассчитывая изолировать профсоюзы от остальной части населения страны. Робкие попытки профсоюзов возражать против реакционного антирабочего законодательства не были поддержаны другими слоями населения.

Буржуазная печать ревниво следила за прохождением закона Тафта — Хартли через конгресс. Всячески прославляя авторов и сторонников этого закона, газеты носили и чернили его противников.

Такая же пропагандистская кампания предшествовала опубликованию приказа президента о проверке «лояльности». Целыми месяцами газеты трубили о засоренности государственного аппарата людьми, которые будто бы угрожают национальной безопасности страны. Они вытаскивали случайные факты, сочиняли собственные «разоблачения», подхватывали клеветнические заявления заведомых провокаторов. Все это преподносилось читателям в сенсационной и пугающей форме, чтобы заставить американского обывателя поверить, будто бы министерства и другие правительственные учреждения находятся в руках иностранных агентов, шпииков и прочих сомнительных людей.

Подготовка к протаскиванию через конгресс закона Маккарэна — Уолтера велась в таком же плане. Чтобы вызвать расовую враждебность и национальную рознь, газеты в течение долгого времени усердно разрисовывали якобы низкий моральный уровень всех не-американцев, процветающую будто бы среди них преступность и т. д. Особенно гнусные формы приняла травля негров

Газеты доказывали, что основная идея закона Маккарэна — Уолтера — создание «коренным американцам» лучших условий при получении работы — вполне отвечает духу «подлинного американизма». Но они, конечно, ни словом не обмолвились о том, что новый закон стремится расколоть ряды трудящихся с целью ослабить их сопротивление наступлению монополий на жизненный уровень всех трудящихся американцев — как коренных, так и некоренных. Все свои усилия газеты направили на то, чтобы показать «коренным американцам», будто бы

новый закон защищает их против натиска «пришельцев». Этот закон, списанный в основных чертах с нюрнбергских расистских законов Гитлера, был преподнесен читателям как последнее достижение «истинно американской» демократии и свободы.

Буржуазная печать США играет важнейшую роль в психологической подготовке к новой мировой войне, не останавливаясь ни перед какими средствами — клеветой, шантажем, ложью, — чтобы очернить те силы в США, которые выступают за мир и сотрудничество между народами. Нет такой гнусности, которую американская печать не приписывала бы сторонникам мира в США, нет таких ругательств, которые она не использовала бы, говоря о них. Газеты подвергали и подвергают сторонников мира самой дикой и ожесточенной травле. Завесой клеветы и ругательств они пытались отгородить население страны от борцов за мир. Эта завеса была и все еще остается такой плотной, что слово правды, исходящее от сторонников мира, часто не доходит до широких слоев американского народа.

Одновременно буржуазная печать Соединенных Штатов систематически и последовательно разжигает вражду к народам других стран, и прежде всего к народам Советского Союза. Американские газеты расписывают народы лагеря мира и социализма такими черными красками, которые не оставляют никаких сомнений в том, что хозяева этих газет хотят натравить американцев на русских, поляков, чехов, румын, китайцев и другие народы, вызвать злобу и ненависть к ним.

Чем лживее, глупее и наглее выдумка, тем большая цена придается ей американскими буржуазными газетами, а всякая попытка рассказать правду о Советском Союзе немедленно клеймится как «коммунистическая пропаганда». Авторы таких статей начинают травить как советских агентов, иностранных шпионов и т. д.

Короче говоря, печать Соединенных Штатов играет роль авангарда в наступлении монополистического капитала на гражданские права и социальные завоевания американского народа. Она облегчает проведение реакционной политики внутри США и способствует созданию в стране такой атмосферы вражды и военного психоза, которая открывает путь для внешнеполитических авантюр и военных агрессий. Обманывая и оболванивая народ,

буржуазная печать развязывает правящей верхушке руки и позволяет ей добиваться выполнения своих антинародных агрессивных замыслов.

\* \* \*

Однако американская буржуазная печать не ограничивается решительной поддержкой и усердной пропагандой внутренней и внешней политики монополий США. Она принимает активное участие в так называемой «холодной войне», которую ведут правящие круги США против Советского Союза и всего лагеря мира и социализма. Печать сочиняет и распространяет клеветнические антисоветские измышления, фальшивки, заведомую ложь. Все это делается с единственной целью помешать сближению между народами, и прежде всего между народами Соединенных Штатов и Советского Союза. Грубо извращая миролюбивую внешнюю политику СССР и изображая ее как агрессивную и будто бы угрожающую безопасности США, американская печать планомерно и злонамеренно создает в стране атмосферу военной истерии, страха и враждебности к советскому народу. Эта атмосфера помогает правящей верхушке вести огромные военные приготовления, грабить американского налогоплательщика, перекачивать его доходы в сейфы монополий, наживающихся на подготовке к войне.

Плотной завесой лжи и клеветы американская буржуазная печать прикрывает другую, более опасную сторону «холодной войны», ведущейся правящей верхушкой США,— провокации, диверсии, подрывную и террористическую деятельность, направленные против лагеря мира и социализма.

До прихода к власти нынешнего республиканского правительства американская буржуазная печать единодушно и решительно поддерживала агрессивную внешнюю политику правительства Трумэна, политику, продиктованную интересами крупнейших монополий, а во многих вопросах даже сформулированную ими

Владельцам газетных концернов было известно, что так называемый план Маршалла выработан в общих чертах руководящей верхушкой Национальной ассоциации промышленников. Агрессивная война против корейского народа была задумана и подготовлена хозяевами

крупнейших военно-промышленных концернов США. «Идея» европейского угольно-стального картеля и его вооруженного кулака — «европейской армии» была сформулирована миллиардерами Рокфеллерами и Морганями.

Печать не жалела ни сил, ни средств, чтобы проповедовать и защищать внешнюю политику, угодную ее хозяевам. Поэтому план Маршалла преподносился как благотворительный акт, будто бы помогающий Западной Европе встать на ноги после разрушительной войны. Поэтому «европейская армия» расписывалась и расписывается как «спасительница» Европы от нападения с Востока, хотя Европе угрожает именно агрессивный американский империализм и западногерманский реваншизм.

После прихода к власти республиканской партии подчинение американской «свободной» печати целям правительственной политики США еще более усилилось.

Через четыре дня после прихода к власти республиканцев издатель журнала «Форчун», входящего в журнальный концерн Генри Люса, Чарлз Джексон был назначен на пост специального помощника президента по вопросам «холодной войны». В газетах того периода указывалось, что на Джексона возлагается обязанность не только готовить совместно с разведкой и так называемым Управлением психологической войны (сейчас оно именуется Управлением информации США) подрывные акты против лагеря мира и демократии, но подсказывать американской печати, какого тона она должна придерживаться в освещении этой подрывной деятельности и как она должна освещать другие важные события.

Каждое заявление американских государственных деятелей, каждый шаг американской дипломатии тесно переплетены с «холодной войной». Ни одно заявление министров и дипломатов не делалось и не делается без учета потребностей этой «войны». Буржуазной печати давалась и дается команда поддерживать и популяризировать эти заявления. И печать, хорошо понимая, что и политические деятели и журналисты США служат одним и тем же хозяевам, старательно делает то, чего хотят от нее стратеги «холодной войны». В хоре американской буржуазной печати все еще слышится время от времени разноголосица, однако он все определеннее и настойчивее тянет одну и ту же ноту. В основных вопросах бур-

жузные газеты и журналы всегда действуют единодушно в соответствии со шпаргалкой, разработанной для них людьми, которым американские монополии поручили ведение «холодной войны».

Несмотря на то, что заправили газетных и журнальных концернов тесно связаны с интересами монополий, хозяева последних все настойчивее вмешиваются в деятельность газет и журналов, диктуя им свою линию во всех вопросах внутренней и внешней политики. Они отнимают у печати последние остатки прежней буржуазной свободы слова. Не полагаясь на то, что владелец газеты или журнала сумеет подняться над личными интересами и обеспечить интересы владельцев крупнейших монополий, последние предпочитают ставить эти газеты и журналы под контроль своих доверенных людей. Мнимая свобода буржуазной печати в США не идет сейчас дальше свободы описания скандалов, убийств, порнографии. Во всем остальном она неукоснительно следует линии, предписанной ей кучкой миллиардеров, которые фактически правят страной.

Пропагандисты «американского образа жизни» часто кричат о «свободе печати» в США, о том, что эта «свобода» гарантируется конституцией страны. В своей книге Джордж Марион неопровержимо доказывает, что американская «свобода печати» — это грубый и заведомый обман. Провозглашение свободы печати без предоставления экономической, материальной базы — пустая фикция. Чтобы трудящиеся США могли воспользоваться этими «свободами», они должны располагать многими миллионами, которых у них, конечно, нет

Буржуазная печать США годами, десятилетиями трудится над тем, чтобы оболванить, оглупить своих читателей. Преднамеренно и постоянно она держит их в кругу таких событий и явлений, которые содействует отнюдь не духовному росту человека, а его деградации и моральному разложению. По ее вине средний американец живет в атмосфере человеконенавистничества, расовой и национальной вражды; изо дня в день, из недели в неделю, из года в год он читает о скандалах, убийствах, жестоко-стях, насилиях и грабежах. На службу этому поставлено все: изобретательность журналистов, искусство словесного описания, мастерство фотографии, техника цинкографии и полиграфической промышленности. Средний америка-

нец приучен следить за скандалами, знать их подробности и действующих лиц. Эта преднамеренная концентрация внимания буржуазной печати Америки на скандальных случаях, на преступлениях и патологических отклонениях, несомненно, преследует определенную цель — отвлечь широкие слои читателей от таких злободневных проблем, как рост налогов, дороговизна, угроза войны, подготавливаемой правящими кругами США, и т. п. В известной мере американской буржуазной печати это удается.

Одна американская газета проделала весьма показательный в этом отношении опыт. Три дня подряд она повторяла одно и то же очень важное сообщение о корейской войне и дважды воспроизвела несколько картинок из одной серии «комиксов». Ни одного сигнала о трехкратном опубликовании сообщения о войне в Корее газета не получила, но зато в ее адрес посыпались тысячи писем о том, что она повторила несколько картинок «комиксов».

Такое отношение рядовых американцев к важным сообщениям отнюдь не является результатом их равнодушия или отсутствия любознательности. Это — результат многолетней практики американской печати, воспитывающей у читателей внимание только к скандалам, грязным историям, похождениям гангстеров и насильников.

Джордж Марион убедительно показывает, что американская буржуазная печать — это рупор монополий США, идеологическая прислужница американских миллиардеров и миллионеров. Для советского читателя — это старая истина, и выводы Мариона для него — не открытие. Но среднему американцу, верившему в миф о свободе и независимости печати США, факты, собранные Марионом, должны открыть глаза.

Хозяева американских монополий, держащие в своих руках печать и издательское дело, приняли меры, чтобы разоблачения Мариона, содержащиеся в его книге «Остановите печать!», не дошли до американского народа. В стране, кичащейся своей «свободной печатью», не нашлось ни одного издательства, которое согласилось бы опубликовать его книгу! Мариону пришлось самому и

печатать и продавать ее. И тот факт, что его книга все-таки дошла до читателей, свидетельствует отнюдь не о свободе слова в США, как это пытаются представить апологеты «американского образа жизни»; этот факт показывает лишь самоотверженность и решительность прогрессивных сил в Соединенных Штатах. Несмотря на судебные и полицейские преследования, несмотря на травлю и клевету в буржуазной печати, несмотря на шельмование в комиссиях конгресса, прогрессивные силы США несут американскому народу правдивое слово.

Книга Джорджа Мариона «Остановите печать!» рассказывает правду об американской буржуазной печати. И хотя она адресована американскому народу, но благодаря собранному в ней богатому фактическому материалу и остроте разоблачения фальшивого мифа о «свободе печати» в США она, несомненно, представит большой интерес и для советских читателей.

*Д. Краминов.*

## ВВЕДЕНИЕ

На протяжении нескольких лет Джордж Марион, преодолевая бесчисленное множество трудностей, выпускает книгу за книгой, которые позволяют назвать его одним из виднейших журналистов нашего времени. Пишет ли он об американской экспансии или о Советском Союзе, о преследованиях коммунистов или, как в этой последней из своих книг, о разжиревшей и продажной монополистической печати — ему всегда удается создавать захватывающие и интересные произведения, изобилующие фактами и в то же время обладающие динамичностью и занимательностью первоклассной драмы.

Это не удивительно, ибо мы живем в такие драматические и волнующие времена, каких еще не знал мир, и человек, который правдиво пишет об этих временах, неизбежно становится хроникером великих дел и драматических событий. Беда в том, что в Америке очень немногие пишут правдиво и честно о событиях сегодняшнего дня, а если случится, что кто-нибудь все же создаст такое правдивое произведение, то не находится ни одного издателя, который осмелился бы предложить его публике.

Одним из характерных проявлений существа сегодняшней Америки с ее «охотой за ведьмами», проверкой лояльности, политическими узниками и полицейским террором является полное исчезновение свободного книгоиздательства. Сегодня все уже признают это как непреложный факт, и каждый, кто захочет написать книгу в Америке, управляемой Эйзенхауэром и его кабинетом миллионеров, должен в то же время сам позаботиться об ее опубликовании и распространении. Это относится к десяткам американских писателей, которые верят в правду и пишут правду, но одним из первых, кому пришлось столкнуться с таким положением, был Джордж

Марион. И он с упорной настойчивостью начал прокладывать путь для нового вида американского книгоиздательства.

Джордж Марион в течение многих лет был опытным и уважаемым сотрудником одной крупной ежедневной нью-йоркской газеты. Но наступил момент, когда он почувствовал, что его буквально тошнит от грязного потока лжи и клеветы, который ежедневно стекает со страниц этой газеты. Он ушел из редакции и взялся за составление своей неофициальной «хроники нашего времени», по существу как бы ведя газетный репортаж и выпуская один том за другим. Он закончил свою первую книгу — историю «невидимой империи» Соединенных Штатов и обнаружил, что никто не берется издавать ее. Но вместо того, чтобы примириться с поражением и отложить рукопись в сторону, он основал собственное издательство «Фэйрплей пাবলিশерс» и сам издал свою книгу.

Издательство «Фэйрплей пাবলিশерс» войдет в историю издательского дела в Америке. Оно явилось доказательством того, что писатель, обладающий решимостью и энергией, может издавать и распространять книги, не находясь в зависимости от крупных коммерческих издательств. Благодаря основанию этого издательства была пробита, по крайней мере, еще одна небольшая брешь в глухой стене, которая возведена вокруг Америки. Во всех своих работах, последовавших вслед за его первой книгой «Базы и империя», Джордж Марион остается верен принципам правдивости; высокое журналистское мастерство неизменно отличает все его книги.

Теперь он закончил и предлагает вниманию читателей книгу об американской печати. Для нашего времени «Остановите печать!» — очень важная и полная глубокого смысла книга. Я читал ее с неослабевающим интересом и волнением, с каким я читал бы захватывающий роман, насыщенный необычайными приключениями и тайными интригами, потому что именно таков характер темы, избранной Джорджем Марионом для своего произведения, — темы о печати, находящейся под жестоким контролем и направляемой против интересов народа с большей беспощадностью, чем в какой-либо другой стране мира. Вот почему «Остановите печать!» войдет в число тех книг нашего времени, которые *обязательно* должны были появиться.

Уже много лет ни один издатель не осмеливается выпустить ни одной книги, которая бросала бы тень на честность и неподкупность монополистической прессы, или хотя бы такой, которая признавала бы наличие в Америке монополистической печати. Причина тут очень простая: такую книгу убил бы заговор молчания, ее автора стали бы травить и преследовать, а ее издателя вынудили бы бросить издательское дело.

От читателей Мариона зависит, чтобы ни одна из этих бед не обрушилась на его голову, чтобы его книга получила самое широкое распространение, а изложенные в ней факты стали бы широко известны. Эта книга срывает циничную маску притворства с лица американской печати — печати войны. Она рассказывает, как и почему такая печать родилась на свет, и, нарисовав истинный образ этого чудовища, она доказывает, что цели монополистической печати противоречат самым насущным нуждам и интересам народа.

Нельзя допустить, чтобы книга «Остановите печать!» была уничтожена заговором молчания. Чрезвычайно важно, чтобы ее прочитали миллионы людей. А Джорджа Мариона следует поздравить с тем, что в борьбе за мир и свободу он нанес еще один серьезный удар по врагу.

*Говард Фаст.*

## ПРЕДИСЛОВИЕ К ПРЕДИСЛОВИЮ

У меня есть новость для генерала Эйзенхауэра: волнения в мире начались не в 1917 году, а мировая история берет свое начало с событий гораздо более давних, чем большевистская революция.

У меня есть новость для сенаторов Маккарти и Маккарена революции происходили и до того, как Карл Маркс написал «Коммунистический манифест».

У меня есть новость для всех крикунов о «безопасности»: колониальные восстания, в том числе и то, которое привело к основанию наших Соединенных Штатов, возникали и до того, как родились Ленин и Сталин.

У меня есть новость для тех, кто правит нашей страной, и для тех, кто делает ее политику: имеющиеся в нашей стране трудности никогда не изготовлялись и не изготовляются в России. Борьба неимущего и голодающего большинства против богатого и сытого меньшинства началась за несколько тысяч лет до того, как был построен Кремль. Плотник по имени Джошуа — что по-гречески звучит, как «Иисус», — был казнен за подрывную деятельность в одной из римских колоний более чем за девятнадцать веков до того, как в Нью-Йорке состоялся первый процесс по делу, возбужденному на основании закона Смита. Он бродил по земле и, не стыдясь крепких слов, всячески поносил богачей, то есть, выражаясь современным языком, «разжигал классовую ненависть» и открыто предсказывал, что концом всему будет гражданская война: «Во имя мое брат пойдет на брата, а отец на сына». Этот поборник применения «силы и насилия» зашел настолько далеко, что прибегнул к так называемому «прямому действию»: избил в храме менял. Можно назвать еще одну черту, говорящую не в его пользу: он изъяснялся притчами — сейчас это называется говорить

«эзоповским языком». Поэтому совершенно неизбежно он должен был быть обвинен и в подстрекательстве к мятежу и за свои убеждения. Само собой разумелось также, что он должен был быть осужден. И тем не менее во время суда над ним единственным свидетельством для заключения о том, что он, возможно, работал на иностранного «хозяина», было его собственное смелое заявление, что он прежде всего верный слуга царя небесного.

Две тысячи лет спустя фермер по имени Джон Браун<sup>1</sup> почувствовал себя настолько ревностным последователем учения забытого плотника, что попытался при помощи применения силы освободить нескольких чернокожих, которые до того были превращены в рабов также путем применения насилия. Браун был повешен за то, что опередил свое время. Из отчета о его допросе видно, что он однажды выезжал за границу якобы по делам своей фирмы, занимавшейся торговлей кожами, а в действительности для изучения военных наук. Однако на суде не было представлено никаких доказательств, говоривших о том, что он действовал по приказам из Москвы. Очевидно, существует какое-то иное объяснение причин возникновения частых восстаний и бесконечных бунтов на нашей планете.

У меня есть новость для хозяев нашей «свободной печати»: беднякам и угнетенным до смерти надоело терпеть нищету и гнет. Они сыты ими по горло уже давным-давно, и с очень давних времен они пытаются изменить положение. Новое во всем происходящем в наши дни заключается в том, что им удается изменять положение. Вот из-за чего идет стрельба в Кении и Малайе, в Корее и Индокитае, в Иране и Марокко, в Боливии и Южной Африке и повсюду, где она может начаться в отрезок времени между тем днем, когда я пишу эти строки, и днем, когда вы будете читать их.

Когда два года назад я был в Лондоне, мне бросилось в глаза одно газетное сообщение. Газета «Ивнинг

---

<sup>1</sup> Джон Браун (1800—1859) — фермер, борец за освобождение негров в США. В 1855 году возглавил вооруженную борьбу против превращения Канзаса в рабовладельческий штат. Начал подготовку к организации всеобщего восстания негров-рабов. 2 декабря 1859 года был повешен. — *Прим. ред.*

стандарт» печатала в то время серию кратких очерков своего корреспондента из далекой Малайи. Номинально Малайская федерация все еще является частью Британской империи, хотя партизанская война в Малайе приобрела сейчас такой широкий размах, что неясно, кто же в действительности правит полуостровом. Ясно одно: «туземцы» добились того, что жизнь в Малайе стала кошмаром для английских владельцев каучуковых плантаций, по милости которых жизнь самих «туземцев» уже давно превращена в сплошной кошмар. В корреспонденциях из Малайи я обнаружил меланхолические признания по поводу того, что малайская и китайская «рабочая сила» в наше время становится, по существу, «бременем белого человека». В одной из корреспонденции, которая произвела на меня такое сильное впечатление, «собственный корреспондент» описывает свои ощущения, связанные с путешествием в ночном поезде (стало слишком опасно поддерживать дневное сообщение) в Куала Лумпур, столицу колонии. В качестве заголовка для этой статьи редакция газеты избрала слова кондуктора, сказанные им в начале путешествия в порядке совета, указания или предложения: *«Когда начнется стрельба, пассажиры просят лечь ничком!»*

Да, стрельба началась, и началась повсюду. Вчерашние побежденные задают жару своим завоевателям. Кроткие перестали ждать, пока земной шар достанется им по наследству. Они пришли с оружием в руках заявить о своих правах.

Какую же яркую историю можно рассказать о нашем веке! И неужели мы допустим, чтобы эта история осталась нерассказанной, в то время как знаменитые писатели наших дней бесстрастно, но прибыльно пишут на извечные темы о смерти и тщете всего земного! А историю эту рассказать так просто: многовековая борьба угнетенных против угнетателей достигла своего наивысшего напряжения; атаки ведутся сейчас с такой неослабевающей яростью, что угнетатели уже не могут больше им противостоять. Конечно, эта картина не ласкает взора — зрелище войны прекрасно только для тех, чей дух ужасен. Но эта война в отличие от целой серии прежних войн, давших возможность «передовым» и «цивилизованным» нациям Запада взять на себя «бремя белого человека» — и тут же взвалить его на плечи «цветных»

народов! — естественно, находит живой отклик в наших сердцах.

Да, это некрасивое, но такое волнующее зрелище: «*c'est la revanche de tous les meurt de faim*» («отмщение всех умирающих с голоду»), как замечательно сказано во французской революционной песне.

Нагое, неграмотное, покрытое струпьями существо с коричневой, желтой или черной кожей, измученное болезнями и задавленное суевериями, на которое нас всегда учили смотреть как на существо низшей породы, как на какую-то разновидность домашнего животного, которое пропадет и не сможет самостоятельно существовать без своего хозяина — Человека (разумеется, Белого, Западного, Цивилизованного), — это низшее существо теперь беспощадно уничтожает миф о том, будто оно обожает сковывающие его цепи. Руководимое иногда шаманами, а подчас своими собратьями, окончившими Оксфордский или Гарвардский университет, это «низшее существо» пишет сейчас последнюю главу дочеловеческой и первую главу человеческой истории. Тяжелая участь выпала на долю человека в наше время, но это такое время, в которое стоит жить, ибо оно несет в себе обещание безоблачного завтрашнего дня.

И пока вокруг нас разыгрывается эта грандиознейшая в истории человечества драма, мы здесь, в Америке, поглощены созерцанием быстро сменяющих друг друга на экране голливудских «боевиков» и «эпохальных» фильмов Сесиль де Милля. В то время как разворачиваются эти события, величие которых нельзя передать бесцветным языком модных романов о «следопытах», мы, представители западного мира, сидим у камина, погруженные в чтение детективных историй.

Все мое существо протестует! Я не допускаю, что в этом — подлинное проявление нашего характера. Я отказываюсь верить, что мы избрали такой образ действий невольно, только потому, что мы по своей природе грубые и неотесанные люди. Я буду возражать! У нашего времени богатая история, и я твердо решил сделать так, чтобы она не была обойдена молчанием. В пределах возможностей одного человека, причем такого, который не имеет специальной подготовки, я постараюсь рассказать ее. Недавно я начал писать книгу, в которой предполагаю выполнить эту задачу. Я назвал ее «Ближайшее

столетие», потому что мне представляется несомненным, что ключ к решению будет найден в ближайшем столетии или, по крайней мере, приближение этого решения определит характер ближайшего столетия.

Мне кажется, что происходящие сегодня события со всей ясностью предсказывают будущее. А события сегодняшнего дня, как и завтрашние события, к которым они ведут, являются следствием борьбы, которая продолжается в течение, скажем, последних пятисот лет (эпоха завоеваний, которую мы называем эпохой открытий). Мы знаем кое-что о завоеваниях, то есть то, что известно нам как история. Но мы очень мало знаем о сопротивлении завоеваниям. Завоеватели сами пишут свою историю, но кто будет утруждать себя таким делом, как написание истории завоеванных? Победенные не получают трофеев. Наоборот, их богатства попадают в руки завоевателей. Им нечем заплатить тому, кто взялся бы писать о них. И тем не менее у них есть своя история, без знания которой мы не сможем понять международные конфликты сегодняшнего дня и предсказать, что произойдет в мире завтра.

Между строк истории, которую наемные историки, ученые мужи, обученные на службе при диктатуре завоевателей, выдают за подлинную, мы можем прочесть о том, как яростно сопротивлялись завоеванные. Мы увидим также, что борьба не прекращалась и после победы завоевателей; чтобы сохранить свою власть, последние бывали вынуждены прибегать к силе и обману. Борьба продолжалась, не прекращаясь и не ослабевая. Завоеванные изобретали бесчисленное множество различных средств, чтобы не дать задушить сопротивление. Поэтому и империалистическая наука о «государственном руководстве» представляет собой, по сути дела, неутомимые поиски новых планов, направленных на то, чтобы вызвать раскол в лагере завоеванных, заставить их измотать свои силы в междоусобных распрях, чтобы вербовать среди них наемные армии для подавления никогда не прекращавшихся среди завоеванных мятежей.

Однако игра победителей всегда была проигранной игрой, ибо власть завоевателей недолговечна. Из века в век «полудикарь, полуробенек» расширял масштабы своей борьбы, усиливая ее интенсивность, пришел наконец к пониманию того, что стратегический ключ для достижения окончательной победы — это единство. Правда, даяки

с Борнео и гурки из Непала все еще продолжают убивать малайских и китайских партизан в джунглях Джохора, ибо это нужно англичанам. Но кто станет отрицать, что война племени мау-мау в Кении свидетельствует о значительном прогрессе в деле усвоения урока о необходимости единства. Идеи единства дошли даже до сознания людей, принадлежащих к примитивному родовому обществу. Потому что единство означает отказ завоеванных от борьбы с *ненастоящим* врагом, отказ одних завоеванных вести борьбу против других завоеванных, отказ завоеванных продолжать излюбленную игру завоевателей, которая называется «разделяй и властвуй».

Таким образом, прошлое объясняет настоящее, настоящее предсказывает будущее, а ключ к пониманию событий надо искать не в официальной истории, а именно в том, чего ученые мужи стараются не видеть, чего нельзя найти в учебных программах школ, принадлежащих завоевателям. Ключ к пониманию разворачивающихся вокруг нас событий дает неписаная история мира начиная с открытия Америки в 1492 году и до тупика в Корее в 1952 году. Изучая эту неписаную историю, мы сможем разгадать загадку борьбы, происходящей в мире вокруг нас. Характер событий достаточно ясен: положение резко изменилось — теперь победители начали проигрывать, а побежденные выигрывать. Подобно Моисею мы можем только *видеть* землю обетованную, подобно ему мы знаем, что наши дети будут *жить* на этой земле.

Такова история нашего времени; такова история «Ближайшего столетия», такова книга, которую я писал бы сейчас, если бы в Соединенных Штатах была свобода печати, а не «свободная печать». Почему? Какое отношение ко всему этому имеет печать?

А вот какое. История, которую я хочу вам рассказать, хроника событий «Ближайшего столетия» — это квинтэссенция истины нашего времени, как я ее понимаю. Но как могу я надеяться, что вы посмотрите на все это моими глазами, когда вы каждый день слышите обратное от людей, пользующихся большим весом в нашей стране? Как я могу надеяться хотя бы на то, чтобы вы согласились слушать меня столько, сколько нужно, чтобы понять, о чем я веду речь, если все авторитетные лица сходятся на совершенно ином объяснении происходящего в раздраемом противоречиями мире сегодняшнего дня —

объяснении, не требующем от вас ни утомительного изучения пятисотлетней истории, ни попыток определить, как будут развиваться события в ближайшие сто лет? Да, рассчитывать на это было бы слишком самонадеянно. Я не хочу оказаться в роли короля Канута<sup>1</sup>; я готов учиться на его опыте.

Поэтому — правда, с большой неохотой — я решил отложить на некоторое время задуманную мной работу и начать с того, чтобы разъяснить, почему до сих пор не написана история «Ближайшего столетия». Почему, в самом деле, она не была рассказана давно и почему ее не рассказывают каждый день? Ведь это история нашего времени, и без знания ее нельзя понять смысла происходящих вокруг нас бурных и жестоких событий, нельзя найти объяснения причин кровавых картин, с такой быстротой пронсящих перед нашим взором, что мы успеваем только прочитывать заголовки газетных статей. Почему эта тема не вызывает ожесточенной конкуренции и толпы писателей не дерутся из-за права написать эту историю? Как случилось, что она так просто попала в мои руки и я без особых усилий с моей стороны стал ее безраздельным владельцем-монополистом?

Но это еще не самое худшее. Дело не только в том, что писатели не рассказывают вам историю «Ближайшего столетия» — историю героического сопротивления, лежащего в основе современного конфликта. Они не останавливаются на этом. Они подменяют подлинную историю, которую они не рассказывают и никогда не расскажут, своей *собственной* историей. Они рассказывают совсем другую историю, и уж эту-то другую историю они не упускают случая повторить снова и снова, — вы слышите ее изо дня в день. Государственные деятели и кандидаты на государственные посты, комиссии и подкомиссии конгресса, федеральное бюро расследований, Большое жюри и Верховный суд — все убеждают вас в том, что история сегодняшнего мира — это история русских интриг и коммунистического заговора.

Могу ли я просто оставить без внимания это положение? Я мог бы назвать их историю нелепой выдумкой

---

<sup>1</sup> Согласно скандинавской легенде, король Канут, считая себя всемогущим, приказал морским волнам остановиться, но море его не послушалось. — *Прим. ред.*

Но имею ли я право не обращать внимания на то, какие масштабы принимает этот обман и до какой степени американский народ введен в заблуждение подобными заявлениями? К тому же имеется столько удобных средств для использования этих заблуждений. Становясь в позу абсолютно беспристрастных судей, наши теоретики ссылаются на русские интриги для доказательства коммунистических заговоров и на коммунистические заговоры — для доказательства русских интриг. Так, например, в прокатившейся по нашей стране новой волне процессов по обвинению «в подстрекательстве к мятежу» вся процедура суда строится на заранее принятой предпосылке, согласно которой «советская агрессия» и «советская угроза Соединенным Штатам» — это «общеизвестные истины», не требующие доказательств. По этой теории считаются действительными доказательства, которые во всех других случаях были бы отвергнуты как неприемлемые. Этим определяется и значение доказательств, как вы можете удостовериться сами, прочитав речи судей на любом из этих процессов. На всех процессах — от процесса Алдже-ра Хисса и до судов над несколькими группами руководителей коммунистической партии — обвинительное заключение выносилось на основании судебной процедуры, исходящей из официальной доктрины, согласно которой мир охвачен волнением потому, что Россия подливает масло в огонь. Но как только обвинительное заключение вынесено, выясняется, что эта теория с равным успехом действует и в обратном направлении: *официальные теоретики приводят такое обвинительное заключение в качестве обоснования указанной доктрины, хотя для обоснования обвинительного заключения бесспорность ее считалась несомненной и не требующей доказательств!*

Джон Фостер Даллес дал блестящий пример такого жонглирования словами, используя классическую всеохватывающую формулировку этой дьявольской официальной доктрины. Я имею в виду его первое публичное выступление в качестве государственного секретаря 27 января 1953 года, в котором он изложил перед американским народом и перед всем миром основные соображения нового правительства по вопросам внешней политики. Для иллюстрации мы можем использовать один характерный абзац из его выступления. В нем г-н Даллес следующим образом поучает своих слушателей во всех

концах Америки (эту лекцию, к сожалению, слышал также и весь мир, который не очень-то высоко расценивает подобные рассуждения):

«У нас есть враги, которые замышляют нас уничтожить. Эти враги — русские коммунисты и их союзники в других странах. Вы можете спросить, откуда нам известно, что они пытаются уничтожить нас? Ответ на этот вопрос таков: их руководители на протяжении многих лет открыто учат и учили этому, и все, что они делают, соответствует этому учению. В нашей стране суды столкнулись с этим вопросом, и совсем недавно, лишь на прошлой неделе, обнаружили, что коммунистическая партия в нашей стране является звеном гигантского заговора, организованного в целях насильственного свержения нашего правительства».

Вот что заявляют вам, причем без тени улыбки на лице, видные американцы. Нет необходимости добавлять, что они ничего не говорят об истории, которую я предполагаю рассказать: о драме, разыгравшейся с участием миллиардов людей, которые на протяжении столетий ведут борьбу за то, чтобы избавиться от нищеты и рабства, выйти из состояния животной деградации, обрести человеческое достоинство. Эту драму я собираюсь описать на фоне тысячелетнего развития. Ответственной за сравнительный успех психологического надувательства, жертвами которого мы являемся, я считаю в первую очередь нашу славную и могущественную «свободную печать». Именно сила печати, а также звучащее как эхо повторение на ее страницах формулировок Даллеса и позволяют ему выдавать третьеразрядную официальную мелодраму за подлинную трагедию современного человечества.

Я не мог игнорировать существование этого мощного хора и не рискнул прямо приступить к изложению моего рассказа, самонадеянно требуя, чтобы вы поверили мне, а не всему тому, что говорят вам через посредство 50 миллионов газет и других средств обращения к массовой аудитории. Я понял, что должен сначала посвятить некоторое время вопросам печати, ибо только в том случае, если вы будете знать *природу* машины, которая снабжает нас информацией — или замалчивает ее, — можно надеяться, что вы найдете в себе силы устоять

перед натиском той стандартизированной версии, в форме которой пресса преподносит вам свое изложение событий. Только в этом случае вы станете требовать, чтобы вам давали такую информацию, которая не просеяна предварительно через тонкое сито, и будете выслушивать мнения, которые не поддерживает «солидная» печать, или даже такие, которые полностью противоречат ее точке зрения.

Я полагал, что эта предварительная работа отнюдь не выльется в какую-то специальную книгу; мне казалось, что придется, самое большее, поработать над переизданием моей старой книги. Я собирался переиздать свою брошюру, написанную в 1946 году, — краткий очерк, который, как мне казалось, достаточно полно освещал этот вопрос, — чтобы иметь возможность перейти к выполнению моей основной задачи. Но когда я попробовал подготовить эту брошюру к переизданию, я понял, что из этого ничего не выйдет. Дело не только в том, что с 1946 года в мире произошли очень значительные события. Дело в том, что без знания всего происшедшего невозможно понять ни того, о чем говорит пресса, ни того, о чем она умалчивает. Убедившись довольно скоро, что это мое занятие — пустая трата времени, я был вынужден трезво оценить положение: для осуществления моей предварительной задачи нет и не может быть легкого и быстрого пути. Я понял, что должен вложить много времени и труда, чтобы написать новую книгу, содержащую анализ печати, прежде чем смогу приступить к выполнению работы, которой я предпочел бы заниматься не отрываясь.

Но отложить историю «Ближайшего столетия» оказалось не так-то легко. Проработав несколько месяцев, я написал о печати столько, что хватило бы на несколько томов И в то же время я не мог считать написанное книгой. Материала было даже слишком много для книги, и вместе с тем чего-то нехватало. То, что у меня получилось, не передавало тех мыслей, которые я задумал донести до читателя в этой книге, оно не давало ответов на вопросы, которые в основном и побудили меня взяться за перо. Я читал и перечитывал, писал и заново переписывал написанное, но никак не мог найти ключа к мучившей меня загадке. И наконец меня осенило: я понял, что пытаюсь сделать невозможное. Никакой *пред-*

*дарительный* анализ печати *не может* дать ответа на поставленные мною вопросы, вернее на вопросы, которые ставит сама жизнь. Я не могу отложить в сторону историю «Ближайшего столетия» до того момента, когда будет написана книга о печати, ибо книга, которую я решил написать о печати, не может быть написана, пока не будет закончена история «Ближайшего столетия».

Понять смысл этого парадокса — значило найти выход. Я понял, что обе истории должны быть рассказаны более или менее одновременно. Анализ печати должен органически войти в более широкое повествование — он должен быть тесно связан с основным тезисом «Ближайшего столетия».

Теперь я буду делать то, что первоначально задумал, только другими средствами. Я не буду начинать свой рассказ с хронологического начала, извлекая его для этой цели из тьмы писаной или неписаной истории более чем пятисотлетней давности, и отыскивать истоки нынешних международных событий, нагромождая груды исторических документов, — начну с сегодняшнего дня. Я не буду рассказывать историю завоеваний, а начну с нынешней стадии — с процесса «отвоевывания». И, что самое важное, я не собираюсь брать на себя задачу доказывать, что мир, каким я его себе представляю, именно таков на самом деле. Равным образом я не собираюсь доказывать, что официальная версия о том, что представляет собой мир, с ее неперемнным условием, что все в мире определяется наличием русского коммунистического заговора, является лживой версией. *Нет, я должен заставить как раз тех людей, которые преподносят нам свою лживую версию, доказать подлинность моей версии? Я должен вызвать в качестве свидетелей таких людей, как сам Джон Фостер Даллес! Я должен заставить печать опровергать печать!* И, конечно, я должен разъяснить, что такое печать и кто за ней стоит.

Я назвал эту главу «Предисловием к предисловию», хотя вам могло показаться, что это вовсе и не предисловие. Предисловие должно как бы остановиться на пороге предмета повествования, в то время как прочитанные вами первые страницы — вы в этом сами убедились! — не только сразу вводят вас в центр повествования, но, стремительно пройдя через него, выходят за пределы этого тома и переходят в следующий, который еще предстоит

написать. Но это делает настоящую работу лишь предисловием к моей другой, более обширной работе. Таким образом, эта глава, которая рассказывает об истории «Ближайшего столетия» только для того, чтобы объяснить, почему сейчас мы должны временно остановиться и заняться изучением печати, является вступительной по отношению к этому вступительному анализу. Отсюда и «Предисловие к предисловию».

**КОГДА НА ВАШЕ ПЛЕЧО  
ЛОЖИТСЯ РУКА ПОЛИЦЕЙСКОГО**

*Глава первая*

**СВОБОДА, НО...**

Пока еще меня не схватили и не посадили в тюрьму. Пока еще я на свободе. Не внес я и штрафа в пятьдесят долларов, к уплате которого меня присудили на основании обвинения в неуважении к суду в соответствии с решением, вынесенным 19 февраля 1952 года Льюисом А. Валенте, судьей Верховного суда штата Нью-Йорк. Это решение предусматривает, что меня могут посадить в местную тюрьму любого округа, где бы меня ни обнаружили. Но ни один шериф пока еще не позвонил у моей двери, ни один судебный пристав не пытался отправить меня в тюрьму. Однако эта угроза не была аннулирована никаким официальным решением.

Я остановился на этом факте в самом начале для того, чтобы задержать на нем внимание ряда лиц, с которыми я намерен сразиться на страницах этой книги. Я имею в виду, например, Кента Купера, Брукса Аткинсона и прежде всего Элеонору Рузвельт. Они говорят нам — они утверждают это в публичных выступлениях, — что мы пользуемся «свободой печати» в наших Соединенных Штатах. В различных ролях им приходилось официально представлять либо сами Соединенные Штаты, либо американскую печать в условиях, когда их обязанностью было выступать в защиту нашей системы распространения информации. Г-жа Рузвельт, например, защищала нашу печать от иностранной и внутренней критики в Организации Объединенных Наций начиная с 1946 года (когда я занимался «освещением» прений в ООН по этому вопросу) и до конца 1952 года, когда она ушла с поста члена американской делегации в ООН.

И именно для нее в первую очередь я счел уместным напомнить об ожидающей меня тюремной камере.

Я прошу верить мне, что делаю я это не потому, что считаю вдову нашего великого президента плохим человеком. И не потому, что в моем представлении работа в ООН делает ее более ответственной, чем, скажем, все-сильных «лордов прессы», за то, как функционирует печать. Нет, я ставлю ее на первое место по соображениям личного порядка: несколько лет назад у меня было с ней столкновение и наши разногласия касались именно того вопроса, которому посвящена данная книга. Но не только это. Во время спора Элеонора Рузвельт подчеркнула, что я написал брошюру, содержащую резкую критику в адрес нашей печати, и что, несмотря на это, мне удалось обеспечить ее опубликование. Это доказывает, заявила г-жа Рузвельт, что моя критика и значительная часть критики, с которой выступают более выдающиеся, чем я, люди, необоснованна вы опровергаете наличие у нас свободы печати, а это опровержение открыто публикуется на страницах нашей печати. «Самый факт, что оно опубликовано, — заявила г-жа Рузвельт, — говорит о том, что вы действительно располагаете такой свободой».

Простите меня, если для краткости я отступлю от традиционного вежливо-неопределенного языка дискуссий. Разрешите мне сказать прямо: г-жа Рузвельт достаточно прожила на свете, чтобы быть более осведомленной. Думать, что самый факт опубликования моей содержащей критику брошюры решает вопрос, простительно лишь студенту-выпускнику. Но когда это заявляет женщина, у которой за плечами длинный путь общественной деятельности и которая пользовалась всеми благами образования, какие только может обеспечить богатство — прекрасные школы, путешествия, книги, личные советы, наставления, семейные связи с выдающимися людьми, дававшие ей возможность рано осознать, что колеса общества отнюдь не вертятся сами собой, — тогда это или непростительно, или невероятно наивно; это носит на себе печать старческой хитрости.

Если все сказанное звучит грубо и неуважительно, я заверяю вас, что в мои намерения не входит оскорбить г-жу Рузвельт. Она говорила не только от своего имени, она излагала мысли, присущие не только ей одной. Она говорила, выступая в качестве официального пред-

ставителя Соединенных Штатов; ее взгляды ничем не отличаются от взглядов бесчисленного множества других представителей, выступавших много раз и во многих местах в процессе бесконечных прений. Если я скажу, что эта точка зрения слишком примитивна, чтобы быть искренней, я не задеваю чести г-жи Рузвельт. Если я скажу, что этот вопрос слишком сложен, чтобы его можно было считать решенным при помощи такого аргумента, я не ставлю под сомнение умственные способности г-жи Рузвельт. Я высказываюсь по существу самого спора. Я говорю о той *единой* линии, которая выдерживается в освещении этого важнейшего вопроса на всех публичных дискуссиях; я говорю *обо всех* апологетах прессы Соединенных Штатов и по соображениям удобства облекаю все это в форму личной дуэли с противником, которым в данном случае оказалась г-жа Рузвельт.

Немногим более двух лет назад мне представился случай вкратце остановиться на «инциденте с Элеонорой». В предисловии ко второму изданию моей книги «Все спокойно в Кремле» я коснулся нескольких вопросов, поставленных мною в свое время г-же Рузвельт. Я цитирую:

«Считает ли она, что у нас есть свобода печати, исходя лишь из того, что закон не запретил мне написать такую брошюру? А что если после написания ее я обнаружил, что вся машина печатания и распространения находится под контролем кучки издателей, которые, в свою очередь, находятся под контролем кучки банкиров, и что они не допустят распространения моей брошюры?»

Вынося этот вопрос за рамки моих личных проблем, я показал, к чему приводит доктрина г-жи Рузвельт в условиях царящей ныне обстановки «холодной войны». За критические высказывания — будь то в устной или письменной форме — людей подвергают физическому насилию, лишают имущества, бросают в тюрьму. И тем не менее суды утверждают, что «ни один защитник свободы слова» не имеет оснований для жалоб на то, что его права «ущемляются неконституционными методами», поскольку он имеет возможность излагать или «выражать» в печати свои идеи. В связи с этим доводом я позволил себе высказать следующее горькое замечание:

«Они могут отрубить нам кисти рук, но **слава** нашим порядкам: за нами останется законное право печатать на машинке. Они могут подрывать изнутри наши профсоюзы, засылая в них шпионов, ставить во главе их «лойяльных» американцев по выбору предпринимателей, арестовывать тех членов профсоюза, которые настолько старомодны, что ведут борьбу за повышение заработной платы и улучшение условий жизни,— но на бумаге право на организацию союзов будет оставаться неприкосновенным. Они могут арестовывать — они уже делают это! — выдающихся американцев, осмеливающихся выступать в защиту мира, предъявляя им обвинение, что они не зарегистрировались как иностранные агенты; но поскольку формально эти американцы не лишены права высказывать свои мнения, считается, что никакого нарушения конституции не происходит».

Ни в коей мере не собираясь стать прорицателем в отношении самого себя, я закончил этот абзац следующими словами:

«Ведь, по-вашему мнению, такая безделица, как заключение в тюрьму, не может быть расценена как «нарушение свободы».

Менее чем через шесть месяцев я действительно оказался под угрозой заключения в тюрьму именно за то, что воспользовался своим «правом» на опубликование своих идей, в том числе и этой книги. Я и сейчас не могу считать себя полностью избавленным от этой угрозы. Если, таким образом, свобода печати не что иное, как свобода выражать свои мысли, а затем отправляться за это в тюрьму, нам следовало бы внести полную ясность в этот вопрос прежде, чем двигаться дальше. История моего последнего столкновения с законом имеет к этому непосредственное отношение.

## *Глава вторая*

### **ПОД НАДЗОРОМ ЧАСТНОГО ОСВЕДОМИТЕЛЯ**

Г-н Гарри Шаул казался довольно безобидным человеком. Оглядываясь назад, я вижу, что вполне мог бы задать себе вопрос: зачем ему понадобилось приглашать

меня завтракать с ним в отеле «Грамерси-парк» и даже не один, а два раза, в то время как у него со мной был незначительный деловой разговор? Однако тогда все это казалось мне весьма естественным. Гарри Шаул сказал, что он занимается тем, что покупает у рецензентов книги и затем перепродает их библиотекам. Когда наш разговор о возможной продаже моих книг его покупателям так и не привел ни к какой конкретной договоренности, мне не пришло в голову, что это должно было бы заставить меня насторожиться. Мне казалось вполне естественным, что он как холостяк, главное удовольствие которого, по его словам, хорошо поесть и выпить, использует деловые свидания в качестве удобных предложений для приятного времяпровождения. Поскольку он жил на 24-й улице, дом 137-Е (по крайней мере, такой адрес указан против его фамилии в телефонной книге Манхэттена), понятен был и выбор «Грамерси-парка» — близость отеля к его дому. Когда я звонил ему и не заставал дома, меня должно было бы удивлять, что к телефону подходит какой-то мужчина (ибо я знал, что он жил один и что у него не было никаких помощников), и я теперь вспоминаю, что этот человек всегда очень уклончиво отвечал на мои вопросы о том, куда пошел г-н Шаул и когда он вернется. Но все это мудрость постфактум — любой дурак может проявить такую мудрость после того, как события уже произошли.

А события не заставили себя долго ждать. Исходным пунктом послужило мое следующее (несостоявшееся) свидание с г-ном Шаулом в баре указанного отеля. Однако г-н Шаул не явился в назначенный час — *вместо него явился посыльный суда*. Он вручил мне повестку и один доллар пятьдесят центов в соответствии с одним из любопытных правил процедуры вызова в суд, применяемой в Нью-Йорке. Насколько я понимаю, эти деньги предназначаются для возмещения расходов на дорогу до здания суда. Посыльный суда, вручив повестку, сразу же удалился.

«Грязный ничтожный шпик», — подумал я, конечно, не о посыльном. Теперь стало ясно, что г-н Гарри Шаул встречался со мной не для того, чтобы договориться о

---

<sup>1</sup> Издательства в США обычно рассылают книги рецензентам бесплатно. *Прим. ред.*

перепродаже книг, а надеясь выкачать из меня какие-то сведения, и в порядке завершения этой операции условился относительно второго свидания с единственной целью «навести» на меня, выражаясь воровским жаргоном, посыльного суда. Видимо, какое-то лицо по неизвестным мне причинам испытывало такой повышенный интерес к моей особе, что напустило на меня одного из тех профессиональных доносчиков, которые обманным путем вторгаются в вашу частную жизнь, выслушивают тайны, которые вы им доверяете по дружбе, и тут же выдают их вашему врагу за деньги. Такой доносчик любит именовать себя работником, занимающимся расследованиями — «осторожно проводимые конфиденциальные расследования», — а наша обширная популярная полицейская литература, литература таинственных убийств, до такой степени возвеличила и окружила ореолом романтики эту фигуру, что, когда мы читаем о «подвигах» частного осведомителя, для нас это уже не ассоциируется больше с позорным именем Иуды. Но в реальном мире такого подлеца называют именем, в котором выражены отвращение, ненависть и презрение, — провокатор.

Так сложились обстоятельства, что у меня нет причин испытывать страх перед шпионами. Дело всей моей жизни состоит в том, чтобы рассказывать людям через печать то, что я думаю, во что верю и чему научился, причем рассказывать об этом на основе своего личного опыта. «Секреты», за выживание которых частный осведомитель получает деньги, я добровольно открываю всему миру. Поэтому, если я так подробно остановился на единственном в моей жизни случае личного контакта с профессиональным предателем, это не значит, что я боюсь предательства или считаю, что моя частная жизнь должна быть неприкосновенной, в то время как все остальные ничем не ограждены от нападков этого отвратительного племени. Нет, я имею в виду нечто совсем другое. Мне кажется очень уместным, чтобы в начале моего повествования стояла фигура шпиика, живущего в такую эпоху и в такой стране, где он с ног до головы осыпан наградами и увешан знаками отличия. Осведомитель Льюис Буденц как-то упоминал, что заработки и доход, которые дает его новая профессия, достигают многих тысяч долларов. Уиттейкер Чэмберс не любит считать себя осведомителем, поэтому он дал заглавие

«Свидетель» своей расходящейся огромными тиражами *apologia pro vita sua*. На классическом латинском языке эта фраза звучит намного благороднее, чем на простом американском: «алиби в оправдание своей порочной жизни». Чэмберс нажил миллионное состояние только на этой книжке. В честь шпика меньшего масштаба — Герберта Филбрика — правительство штата Массачузетс официально установило государственный праздник — «День Филбрика», когда все добрые христиане должны воздавать почести человеку, созданному по образу и подобию того, кто предал Христа.

### Глава третья

#### „ПРЕСЛЕДУЮТ МЕНЯ БЕЗ ЗЛОБЫ..“

Если мне когда-нибудь вздумается отмечать день Гарри Шаула, я выберу для этого 7 февраля — число, которое стояло на повестке, очутившейся у меня в руках после того, как посыльный суда бесшумно удалился. Из повестки *subroena duces tecum* [повестка с вызовом в суд для дачи показаний.— *Ред.*] следовало, что юридическая фирма «Хэйс, Поделл, Олгейз, Крум энд Фьюэр», Бродвей, 39 (уолл-стритовский адрес) вызывает меня для допроса в качестве свидетеля «по делу об иске Джона Р. Джонса [единственное вымышленное имя. Все другие имена я не заменял.— *Дж. М.*] — истца и т. д. против ответчика — «Юнайтед эйркрафт Продактс инкорпорейтед». В этом деле вышеупомянутая юридическая фирма, представлявшая ответчика, то есть «Юнайтед эйркрафт Продактс инкорпорейтед», вызывала меня для дачи показаний к адвокату Майрону Дж. Грину, который был назначен арбитром согласно несложной практике, установленной для удобства судебных работников и одобренной судами, так как она избавляет их от работы.

Все это было для меня совершенно непонятно и заставляло буквально теряться в догадках. Я прекрасно знал Джона Р. Джонса — это мой бывший тесть. Но я не знал ничего о его делах и никогда не слышал об «Юнайтед эйркрафт Продактс инкорпорейтед», так что я не мог даже представить себе, какие сведения, имеющие какое-либо отношение к этому делу, я мог сообщить

С другой стороны, если я никогда не вмешивался в дела г-на Джонса, то в еще меньшей степени я допускал его к своим делам, поскольку мое дело (которое велось от имени издательской фирмы «Фэйрплей паблишерс») — это не просто обезличенный коммерческий бизнес, а продукт моей работы как писателя, продолжение непосредственной цели моего творчества. Поэтому, когда я развернул повестку и прочел, что в ней написано, я был и удивлен и возмущен. Мне предлагалось не только явиться и «дать свидетельские показания», но и принести с собой «все книги, отчеты, документы и переписку, в том числе чековые книжки, корешки чеков и погашенные чеки фирмы «Фэйрплей паблишерс» и ваши лично», содержащие все, что имеет отношение к следующим вопросам:

«1. Деятельность Джона Р. Джонса и Джорджа Мариона в том, что касается фирмы «Фэйрплей паблишерс», осуществление ими руководства и участие в делах этой фирмы; действия и ведение дел вышеупомянутыми Джоном Р. Джонсом и Джорджем Марионом от имени указанной фирмы и в связи с ее делами.

2. Отправка по почте, поставка для продажи и продажа Джоном Р. Джонсом книг, брошюр и других печатных изданий, автором которых является Джордж Марион, а также действия и ведение дел вышеупомянутым Джоном Р. Джонсом от имени указанного Мариона или в связи с его делами».

Так как я ничего не знал о самом деле, а прочитанное мной настолько красноречиво говорило само за себя, то я был потрясен. Неужели мы дошли до того, думал я что на исход самого обычного судебного дела может отрицательно повлиять то обстоятельство, что один из участников спора оказывал помощь своему зятю, который написал какие-то книги, или что он помогал ему в продаже и распространении этих книг? При таком положении другая сторона может заняться выуживанием каких-либо сведений о частной жизни противной стороны в надежде обнаружить какого-нибудь родственника или друга, чьи книги, связи или высказывания могли бы бросить тень на всех его друзей и родственников. Именно так обстоит дело в данном случае — юристы могли только пытаться выудить что-нибудь. Им ничего не

могло быть известно о каких-либо связях, перечисленных в вышеприведенных пунктах, потому что таких связей не было. Г-н Джонс никогда не имел никакого отношения к моим книгам или к их содержанию. Но формулировка текста врученной мне повестки давала основание для серьезного беспокойства. Из нее следовало, что, если удастся связать г-на Джонса с сочинением или распространением моих книг, он окажется запятнанным. Мои книги будут веским доказательством против него в судебном деле, не имеющем никакого отношения ни к моим книгам, ни ко мне, ни к моей деятельности как издателя моих собственных книг. Они будут фигурировать в качестве доказательства преступления в гражданском судебном деле!

Чтобы у вас не создалось впечатление, что я произвольно толкую содержание повестки, позвольте мне вернуться к ее тексту и показать, что еще рассчитывали выудить из моих записей и показаний.

«3. Мнения и взгляды, высказывавшиеся Джонсом в защиту или в поддержку вышеуказанных книг и изданий, дела коммунистической партии или ее деятелей или дела Советского Союза.

4. Деятельность Мариона в интересах коммунистов, а также финансовая помощь, поддержка и сотрудничество, оказываемые Джоном Р. Джонсом подобной деятельности указанного Джорджа Мариона, в том числе финансовая помощь и поддержка для ведения дел фирмы «Фэйрплей паблишерс», а также займы Джонса Мариону».

Достопочтенный Льюис А. Валенте, один из судей Верховного суда штата Нью-Йорк, скрепил своей подписью этот мерзкий документ, узаконив тем самым властью штата этот бесчестный процесс. Если я до сих пор выражал удивление по поводу того, что предполагаемое касательство г-на Джонса к книгам другого человека может быть уликой против него в судебном деле, не имеющем никакого отношения к этим книгам, то дополнительно приведенные мною пункты вызвали у меня совсем другую реакцию — теперь я протестую уже от своего собственного имени. В данном деле юристы (с одобрения суда) намеренно и без всяких оснований облили меня грязью, хотя они относятся ко мне совершенно безразлично. Они не питают ко мне никакой злобы;

они хотят только, чтобы часть помоев, которые они выливают на меня, оставили пятна и на г-не Джонсе! Может быть, я не должен чувствовать неудовольствия по этому поводу или, по крайней мере, не должен высказывать вслух такое неудовольствие, поскольку все это делается с полным соблюдением законов. Быть может, я должен сказать: «Продолжайте в том же духе, господа. Состязайтесь в этом виде спорта. Клеветайте на меня, как вам заблагорассудится, ибо это делается без злобы!» Но это не то, что я считаю нужным заявить.

Я заявляю, что я протестую. Вся моя жизнь и мои цели открыто описаны в моих книгах. Здесь же моя деятельность и мои цели лживо и злонамеренно охарактеризованы совершенно безответственным образом, при помощи повторяемых на каждом шагу ссылок на «вышеуказанные книги» и совершенно произвольного заключения, связывающего их с «делом коммунистической партии или ее деятелей или с делом Советского Союза». В обстановке антикоммунистической истерии, господствующей сейчас в Соединенных Штатах, это равносильно обвинению в том, что мои книги (которые — бог тому свидетель — я усиленно старался сделать широко известными) являются конспиративными документами, имеющими целью способствовать успеху коммунистического заговора, направленного на захват власти в Соединенных Штатах и передачу ее русским. Короче говоря, это равносильно тому, если бы меня назвали шпионом и предателем!

И все это делается, изволите ли видеть, самым бесцеремонным образом, делается группой людей, которым в высшей степени безразлично, являюсь ли я или нет шпионом и предателем, и которые награждают меня этими именами только для того, чтобы иметь возможность, протаскивая свои лживые аргументы через еще одну милю судебных закорючек, свалить их затем у порога г-на Джонса. «Если мы подозреваем этого человека в том, что он шпион и предатель, мы имеем право взять под подозрение любого человека, который когда-либо имел неосторожность быть его тестем». Вот до какой степени у нас потеряно чувство меры!

Еще одно — последнее — замечание по поводу механики этого любопытного метода, по которому какое-то определенное заключение строится на основе другого за-

ключения, в свою очередь, построенного на основе еще одного заключения, и так далее *до бесконечности*. Последнее и самое отдаленное заключение — это то, которое необходимо для создания надлежащей атмосферы, чтобы выиграть дело. Но если не требуется, чтобы были представлены доказательства для подтверждения первоначальных фактов, если эти факты считаются общеизвестными, никто не может оспаривать обоснованности сделанных на основе этих фактов заключений. Если они не обязаны доказать в первую очередь справедливость утверждений относительно моих услуг «делу коммунистической партии или ее руководителей или делу Советского Союза», если они не были обязаны дать определение существования этого коммунистического или советского «дела», с которыми они меня связывали, тогда, естественно, нельзя ожидать, что они будут представлять доказательства для подтверждения произвольного заключения относительно того, что я участвовал в заговоре, целью которого является передача народа Соединенных Штатов в руки вторгающихся в нашу страну русских Нет, они, не задерживаясь, пройдут мимо всех этих промежуточных заключений, чтобы остановиться на самом последнем из них, согласно которому г-н Джонс помогал мне в организации этого «заговора», реальность которого принимается без доказательств.

Даже Джилберт, Салливэн и Льюис Керолл, действуя совместно, ничего лучшего не могли бы придумать. Положение не исправилось бы и в том случае, если бы судебный процесс велся в Стране Чудес под председательством Королевы Червей! В моем деле все исходные положения были установлены путем принятия их на веру. Оставалось доказать только то, что никем и не оспаривалось, а именно — что г-н Джонс был когда-то моим тестем, а также то, что я написал и опубликовал ряд книг, названия которых даже не были упомянуты! Тут исключалась всякая опасность проигрыша: судьба г-на Джонса была предрешена!

Но мое положение еще хуже, чем положение г-на Джонса: какой бы оборот ни приняло возбужденное против него дело, я уже запятнан. И это пятно не будет смыто, ибо с точки зрения закона я ни в чем не был обвинен. Я даже не являюсь юридической стороной в разбираемом судебном деле. Поэтому все мои попытки

представить доказательства, свидетельствующие об истинном характере моей работы и разоблачающие как подлую клевету все выдвинутые против меня обвинения, были бы признаны совершенно неуместными и не имеющими отношения к вопросам, связанным с этим делом. Буду ли я давать показания или нет, все равно. Плохо будет и в том и другом случае. Так обстояли дела, когда утром 13 февраля 1952 года я встретился лицом к лицу с людьми, которые преднамеренно оклеветали меня

#### *Глава четвертая*

#### **ПРИБЕЖИЩЕ ПОДЛЕЦА**

В период между получением повестки с вызовом в суд и моим появлением в качестве свидетеля я, естественно, попытался установить, в чем состояло дело. Вот как выглядят основные факты.

Г-н Джонс, один из директоров компании «Юнайтед эйркрафт», заподозрил в недобросовестности нескольких служащих этой компании. Он, в частности, предполагал, что они занимаются какими-то махинациями с акциями компании, используя свое служебное положение во вред интересам держателей акций. В связи с этим он потребовал, чтобы ему дали на просмотр списки акционеров. С точки зрения закона, он имел на это полное право. Однако служащие, о которых идет речь, наотрез отказались выполнить его требование. В декабре 1951 года г-н Джонс подал прошение в Верховный суд штата Нью-Йорк, настаивая на том, чтобы служащих компании обязали представить ему на просмотр указанные списки.

Отвечая на вопрос суда, служащие заявили, что компания занимается выполнением оборонных заказов и что всякий, кто пожелает ознакомиться с ее документами, должен пройти проверку с точки зрения благонадежности. Все служащие этой компании, конечно, подверглись такой проверке. Но поскольку г-н Джонс по характеру своих обязанностей директора непосредственно не соприкасался с самим производством и не имел отношения к каким-либо техническим «секретам» — или другим подобным делам, отнесенным к категории «засекреченных», то до сих пор не было случая подвергнуть его та-

кой проверке. В ответе служащих компании содержался недвусмысленный намек на то, что они, мол, совсем не уверены в том, что г-на Джонса можно считать вне подозрений с точки зрения интересов безопасности. В этой связи они просили, чтобы суд дал разрешение на вызов г-на Джонса для соответствующей «проверки».

Судья Валенте санкционировал эту процедуру. Однако, как известно, за «а» всегда следует «б». Если было сочтено возможным разрешить допросить с пристрастием г-на Джонса, почему же тогда не дать им возможность вызвать для проверки любого, кто как-либо или когда-либо был связан с г-ном Джонсом, скажем, через брак его дочери? Судебные повестки, выданные с неограниченной щедростью, с меньшей щедростью были пущены в ход. Я был, повидимому, лишь одним из серии лиц, вызванных по этому делу.

Теперь разрешите мне прервать повествование и охарактеризовать в нескольких словах само дело, о котором идет речь. Перед нами группа людей, оказавшихся под угрозой разоблачения, в результате которого они предстанут перед всеми либо как преступники, либо как лица, виновные в злоупотреблении своим служебным положением. Улики против них содержатся в определенных списках, которые находятся в их руках. Именно для предупреждения подобных положений законом предусмотрено, что держатели акций должны иметь доступ к этим спискам через посредство своих директоров, являющихся их представителями. Что может г-н Джонс узнать из такого списка? Ничего, кроме фамилий лиц, которые приобрели или продали акции компании «Юнайтед эйр-крафт». Сведения, почерпнутые из списков акционеров, не могут пролить света на вопросы, связанные с производственным процессом. Эти списки не содержат не только никаких промышленных секретов, но даже данных, которые хотя бы косвенно представляли какую-нибудь ценность.

Но мы живем во времена постоянного кризиса, в обстановке необъявленной войны против половины человечества — войны, развивающейся на фоне прямых военных операций во многих частях земного шара. В этих условиях законы перестают быть таковыми, как только откуда-нибудь раздается крик, что их применение может поставить под угрозу нашу «национальную безопас-

ность». Поэтому попавшие под подозрение служащие компании являются в суд и восклицают: «Коммунизм! Этот человек — красный! Он может сообщить Иосифу Сталину все, что узнает из наших книг!» Вот по какому принципу была сформулирована их жалоба. И суд даже не отправил их в «Бельвию»<sup>1</sup> для освидетельствования. Выслушав их со всей серьезностью, он удовлетворил их просьбу.

Поступая так, суд не только предрешает исход дела, но и прикрывает старый мошеннический трюк, к которому обычно прибегают бесчестные люди. Ведь каждому ясно, что уловка, которую пустили в ход эти люди, не что иное, как один из вариантов старого, испытанного метода обмана по принципу «Держи вора!» Бандит, которого вот-вот настигнет погоня, обманывает своих преследователей тем, что, замешавшись в толпу, направляет их по ложному следу. «Держи вора!» — кричит он, указывая пальцем на человека, которого сам только что обокрал. В данном деле служащим компании достаточно было сказать несколько слов о «безопасности», забить тревогу по поводу угрозы, которую таит в себе «дело Советского Союза», — и они не только избежали наказания за, возможно, совершенные ими злоупотребления, но за ними была сохранена полная свобода продолжать свои махинации. Были ли они виновны? Никто не может сказать этого, потому что суд не разрешил провести расследование. Более того, обвиняемым дали возможность смешать все карты и, поменявшись местами с тем, кто попытался вывести их на чистую воду, из подследственных превратиться в следователей.

Люди, которым предъявлено обвинение в том, что из соображений личной выгоды они злоупотребляли своим служебным положением (и, быть может, тяжесть их вины еще более усугубляется, если компания действительно занята выпуском продукции оборонного значения), получают возможность сами выступать в качестве судей и чинить суд над своим обвинителем, выдвинув в качестве обоснования его вины предположение, что он сочувственно относился к идеям, выраженным в политически опасной книге, написанной его зятем! Что он

---

<sup>1</sup> Госпиталь в Нью-Йорке, имеющий психиатрическое отделение. — *Прим. ред.*

неблагонадежен из-за брака, в который вступила его дочь!

Может ли безумие принять более безобразные формы? Безумие рассчитанное и циничное — на этот счет не должно быть никаких заблуждений. До недавнего времени последним прибежищем подлеца в США обычно был патриотизм: спасаясь от правосудия, он как щитом прикрывался патриотической фразой. Теперь в качестве надежного прибежища лжецов и обманщиков выступает антикоммунизм. Я не берусь судить, прав или нет г-н Джонс в своих предположениях относительно того, что эти джентльмены запускали руку в кассу компании. Я не собираюсь утверждать, что мне доподлинно известно, обманывали они или нет держателей акций. Но я уверен, что в наши дни миллиарды долларов разворачиваются под прикрытием гигантского мошенничества, именуемого программой «обороны». Я не сомневаюсь в том, что любая попытка разоблачить хищения и назвать имена воров будет и впредь парироваться при помощи заявлений, что человек, выступивший с обвинением, это «советский агент», что он настроен «антиамерикански», что он «коммунист», «шпион» и «предатель». Для того чтобы убедиться в том, как бессовестно нас обманывают, нам, видимо, придется подождать лет двадцать, пока какая-нибудь сенатская комиссия не надумает заняться расследованием подобных дел.

Но не это самое важное. Тот, кто украл мой кошелек, совершил мелкую кражу. Здесь же речь идет не о мелком воровстве, а о бесчестных махинациях чудовищных масштабов. Их осуществление возможно благодаря силе воздействия еще более чудовищного обмана, в атмосфере которого мы живем: гигантских размеров мистификация вокруг так называемой «безопасности»; искусственно разжигаемая угроза войны; затасканный жупел русской и коммунистической «опасности», из-за которого нам предлагается постоянно жить на осадном положении. Разжигая эту истерию, обманщики и плуты используют ее для прикрытия своих махинаций, так как создаваемая ими обстановка препятствует трезвому обсуждению вопросов, касающихся дел поважнее нашего кошелька. И именно потому, что моя работа состоит как раз в том, чтобы разоблачать перед людьми существование этой зловещей взаимосвязи, мои книги были использо-

ваны в качестве предлога для того, чтобы впутать меня в судебное дело, обставленное таким образом, что исключалась всякая возможность подвергнуть трезвому обсуждению безответственные обвинения, целиком построенные на домыслах.

### *Глава пятая*

#### **СУД БЕЗ ПРАВОСУДИЯ**

Рано или поздно маска вежливого притворства исчезает и начинается перебранка. Я знал, что скорее раньше, нежели позже, наступит момент, когда игра пойдет в открытую. Пускай все началось с того, что мы добросовестно делали вид, будто воспринимаем происходящее как законную юридическую процедуру, в которой я, проявляя учтивое сотрудничество, с готовностью предоставляю требуемые от меня законом сведения, а закон на всех этапах этого процесса надлежащим образом ограждает мои права. Однако все мы прекрасно знали, что в действительности дело обстоит иначе. Расследование, начатое в условиях, описанных мною выше, не могло вестись справедливо, как того требует правосудие! Его отправным пунктом было нарушение моих прав, его логическим концом должен был быть мой отказ давать показания, если только я не собирался добровольно отказаться от этого права.

Адвокатам, уклонившимся от расследования дела служащих компании, было разрешено вызывать меня к себе столько раз, сколько им заблагорассудится, заставляя меня попусту тратить время, и без конца требовать от меня новых данных и документов. Когда я попытался возражать, доказывая, что г-н Джонс не имеет никакого отношения ни к написанию, ни к изданию моих книг, они вызвали для дачи показаний издателей моих книг. Из расчетов, которые ведутся издателями, заявляли они, можно установить, что расходы по изданию моих книг не окупались доходами от их продажи, из чего «неизбежно» вытекало, что г-н Джонс давал мне деньги на покрытие разницы. Но ведь так с равным успехом можно утверждать, что я получил эти деньги от Ватикана, возражал я им, имея в виду, что доказательств на этот счет было ровно столько, сколько для обоснования их

собственной версии. Почему г-н Джонс, а не папа римский? Они предпочли промолчать.

Тем временем г-н Джонс обратился в следующую судебную инстанцию и добился прекращения попыток подвергнуть его «проверке». Поскольку разрешение допрашивать меня было дано только на основании соображения, что представленные мною сведения могут быть полезны при изучении дела г-на Джонса, теперь, когда это дело было прекращено, суд, казалось бы, должен был распорядиться, чтобы меня оставили в покое. Однако ничего подобного не произошло.

Наконец наступил момент, когда мое терпение истощилось, и я заявил: «Довольно, с меня хватит!» Адвокаты были подготовлены и к этому. На руках у них уже был приказ, подписанный судьей Валенте и предписывавший мне явиться в суд и представить доказательства, в силу которых меня нельзя привлечь к ответственности за неуважение к суду.

Я добросовестно выполнил предписание, явившись в суд утром 19 февраля, но адвокаты попросили отложить слушание дела, ссылаясь на то, что им нужно время для представления дополнительных показаний в поддержку их требования. Судья Валенте дал им отсрочку до четырех часов дня. Тогда я обратился к судье, пытаясь добиться, чтобы он прекратил эту волюнку.

«Я не могу выступать в качестве вашего адвоката»,— услышал я неожиданный ответ. Единственно, чего мне удалось от него добиться,— это заверения в том, что мое присутствие на суде в четыре часа дня не потребуется.

На следующий день я получил (по почте) дополнительные показания и тотчас же написал длинный ответ, представлявший собой изложение фактов, составленное человеком, не искушенным в юриспруденции. Я послал его заказным письмом судье Валенте, направив одновременно копию адвокатам. А на следующий день я узнал, что судья Валенте признал меня виновным в неуважении к суду еще до получения от меня ответа. И даже того скандальнее: это было сделано раньше, чем я получил дополнительное показание! Валенте не только не дал мне времени ответить, но даже не потрудился подождать, пока я прочту это показание! И как бы для того, чтобы еще более усугубить это и без того грубое нарушение правил судопроизводства, в вынесенном судьей

Валенте приговоре содержалось явно лживое утверждение, будто я не явился на суд и не выступил с возражениями против предъявленного мне обвинения в неуважении к суду!

Это уже переходило всякие границы! Я разыскал судью Валенте в кулуарах суда и высказал ему свое недовольство.

— Я ведь сказал уже вам, что не могу быть вашим адвокатом,— заявил он.

— Но я обращаюсь к вам не как к адвокату,— возразил я.— Я пришел к вам как к судье, который вел это дело. Я прошу вас аннулировать ваше решение и дать мне возможность ответить на последние документы, которые были мне присланы.

— Если вы хотите, чтобы это было записано в протокол,— сказал он, вернее, выдал из себя с усмешкой,— извольте: ваше ходатайство отклонено.

Я должен был либо подчиниться, либо отправиться в тюрьму. В бессмысленном хаосе антикоммунизма нет места правосудию — оно прекратило свое существование. Даже такой элементарный факт, что 19 февраля предшествует 20 февраля и что между ними никак не может поместиться еще один день, не является более неоспоримым фактом в наше время беззаконий и произвола линчевателей. Мне лично не угрожала никакая серьезная опасность, но общая последовательность событий говорит о том, что все мы находимся в опасности. Правосудие прекратило свое существование, так как мы находимся на пути к всемирной оргии линчевания, имя которой — «война».

### *Глава шестая*

#### **СВОБОДНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО**

Я так долго занимал ваше внимание моим рассказом не для того, чтобы только проиллюстрировать то общее положение, что в настоящее время в Соединенных Штатах ведется жестокое наступление против мира и гражданских свобод. Эта книга посвящена печати, и если я считаю, что рассказанные мною события представляют известный интерес, я исхожу из того, что в них затрагивается конкретный вопрос о свободе печати. Я не был

бы обвинен в неуважении к суду, более того, я не был бы даже вызван в суд, если бы не мои книги. Чтобы быть более точным, скажу, что дело не просто в моих книгах, а в их *содержании*. Темы, которые в них затрагиваются, взгляды, которые в них высказаны, факты, которые в них приведены, находятся в резком противоречии с господствующей ныне официальной доктриной. Поскольку мои книги содержат в себе протест, не подчиняются официальному мнению, им в условиях сегодняшней Америки, где царит такое нетерпимое отношение к инакомыслящим, порожаемое разгулом военной истерии, без особого труда можно предъявить какое-либо более тяжелое обвинение.

Однако даже содержание моих книг не может послужить достаточным основанием для объяснения причин, в силу которых противникам г-на Джонса удалось использовать меня для своих целей. Отгалкиваясь от одного лишь предположения, что г-н Джонс сочувствовал идеям, выраженным в моих книгах, они вряд ли смогли бы сфабриковать судебное дело. Нужно было какое-то *действие*. И вот придумали обвинение, что г-н Джонс оказывал активную поддержку издательству «Фэйрплей паблишерс».

Что же такое «Фэйрплей паблишерс»? Это отнюдь не коммерческое предприятие. Если бы оно было таковым, репутация г-на Джонса никак не пострадала бы от предположения, что он оказывает поддержку этому предприятию. Делать деньги всегда считалось хорошим занятием, не содержащим ничего предосудительного. Но издательство «Фэйрплей паблишерс» не делало денег и даже не пыталось их делать. В противоположность тому, что утверждали адвокаты, издательство существовало на свои собственные средства. Ни г-н Джонс, ни кто-либо другой не оказывал ему финансовой помощи и не делал никаких «подарков». Но оно никогда не искало прибылей, и я готов признать, что в этом смысле его нельзя считать «законным» коммерческим предприятием. Но это не означает, однако, что его можно объявить незаконным предприятием. Это просто предприятие, не имеющее ничего общего с бизнесом. Скорее всего это принцип, идея, цель. Я бы даже сказал, что «Фэйрплей паблишерс» — мой тяжелый крест. Однако судите сами. Вот его история.

Весной 1946 года у меня была достаточно приличная работа, на какую только можно рассчитывать в газете, и я получал жалование выше, чем, скажем, девяносто девять из ста американцев. Но слишком длительное и слишком тесное соприкосновение с закулисной стороной газетного дела (пять лет работы в бульварной херстовской газете «Дейли миррор» в годы войны) и развернувшаяся кампания ненависти к России опротивели мне до предела. Я не мог больше выносить этого и поэтому решил распрощаться с коммерческой журналистикой. Мое прощальное слово было довольно резким. Я составил его в виде брошюры, заголовок которой достаточно красноречиво говорит о моих взглядах: «Свободная печать. — Портрет монополий».

Я передал эту брошюру некоммерческому нью-йоркскому издательству «Нью сенчури паблишерс» и наблюдал за ее распространением со все нарастающим чувством неудовлетворенности. Несмотря на то, что моя брошюра была посвящена как раз показу того, насколько узка область свободного распространения некоммерческих изданий в Соединенных Штатах, я еще не почувствовал этого в полной мере на своей собственной шкуре. Мой издатель, как я в этом вскоре убедился, совершенно не имел доступа ни к одному из обычных каналов распространения. Рынок был для него закрыт. Он почти целиком зависел от отдельных лиц, бравшихся за распространение его изданий. Я понял, что мысли, которые я пытался выразить в своей брошюре, мысли, глубоко продуманные и прочувствованные мною, при таком положении вещей не смогут пробиться во многие из тех каналов, которые казались мне наиболее важными, например в публичные библиотеки. И чем больше я наблюдал за этим процессом и размышлял над ним, тем меньше я обнаруживал в себе готовности остановиться на полпути, то есть, изложив свои мысли в рукописи, уклониться затем от ответственности за их благополучную доставку до места назначения. Какой смысл, думал я, изливать свою душу на бумаге, подводя итог всей своей жизни на нескольких печатных страницах, если читатель, для которого ты писал, никогда не увидит их? Тем не менее у меня вряд ли хватило бы мужества сделать следующий страшный шаг, если бы меня не вынудили к этому обстоятельства. Если бы мне удалось догово-

риться с тем же или с другим издателем об опубликовании моей новой рукописи, я бы постарался забыть о своих неприятностях. Но когда, собрав кое-какие материалы, неизвестные широкому читателю, я объединил их в книгу, задуманной мною как призыв изменить, пока не поздно, американскую внешнюю политику, оказалось, что ни одно издательство — как коммерческое, так и некоммерческое — не берется издавать ее. Я никак не мог остановиться на полпути и отказаться от идеи издать свою книгу. Это был не просто товар — продукт определенного числа часов затраченного мною труда, который останется неоплаченным, если товар не будет продан. В этой книге заключалось нечто, что я был обязан сообщить другим. Я чувствовал, что окончание работы над рукописью не освобождало меня от моих моральных обязанностей и что никто не снимет их с моих плеч, пока не изменится описанная мною обстановка — опасность возникновения новой войны. До тех пор, пока не наступит этот момент, моим долгом будет снова и снова повторять свои доводы везде и всюду, где я смогу найти слушателей. Лучше, думал я, написать одну книгу и потратить всю жизнь на то, чтобы проложить ей путь к читателям, нежели писать каждый год по книге и убедиться, что все они остаются лежать на полках! На этот раз я написал книгу, которая не имела доступа к читателям, потому что ни один издатель не соглашался опубликовать ее. Что ж, у меня не было выбора. Я должен был сам взяться за ее опубликование.

Вы, наверное, не имеете ни малейшего представления о том, с чего надо начинать, если хочешь стать издателем. Я тоже ничего не смыслил в этом. Приняв решение опубликовать свою книгу «Базы и империя. Карта американской экспансии», я должен был как-то приступить к самому процессу издания. Мне казалось естественным, что надо начать с того, что отнести рукопись в типографию и сдать ее в набор. Так я и сделал. Книга была уже набрана, когда я обнаружил, что необходимо разработать *макет книги* и изготовить его *до того*, как книга сдана в набор, с тем чтобы шрифт, размеры (ширина полос набора) и т. д. выбирались в соответствии с этим общим макетом. К счастью, первый мой промах обошелся мне дешево — дело не пошло дальше душевных переживаний. Любая ошибка, стоившая мне денег,

быстро истощила бы мой взятый в долг капитал, и я был бы вынужден бросить издательское дело, не успев понастоящему приступить к нему.

Я не собираюсь утомлять вас описанием всех перипетий. Скажу лишь следующее: чтобы формально стать издателем, достаточно было проделать одну несложную операцию — зарегистрировать название фирмы «Фэйрплей паблишерс», но это никак не обеспечивало практических средств для выполнения моей задачи. Не приблизился я к своей цели и после того, как рукопись была отпечатана, переплетена и приняла форму законченной книги. Суть издательского дела — сам процесс распространения изданий. И я как писатель видел перед собой ту же цель — распространение или, иначе говоря, поиски путей к читателям. И вот я, писатель, издающий собственные книги, отправился пешком, буквально таща на спине свои книги, на поиски путей, которые могли привести меня к покупателю или к читателю. И если я все же нашел один приемлемый способ, такой, как продажа книг по почте (посредством рассылки рекламных проспектов по адресам, извлеченным из объемистых списков почтовых адресов, полученных мной различными способами), то не было никого, кроме меня, кто мог бы взять на себя колоссальную по объему, отвратительную, нудную и однообразную канцелярскую работу, необходимую для осуществления этого проекта. Будучи писателем, я оказался втянутым в издательскую работу; как издатель, я обнаружил, что являюсь просто рассыльным, работающим по восемнадцать часов в сутки. В сделанном мной под присягой заявлении, которое я послал судьбе Валенте, я в следующих словах обрисовал свое положение:

«Я, и только я, веду дела фирмы «Фэйрплей паблишерс» и всегда вел их сам. Это самое частное из всех частных предприятий в этой стране, где свободное предпринимательство считается святыней. Я сам веду исследовательскую работу и совершаю поездки с целью собрать факты, чтобы затем суммировать их в книге; собрав материалы, я пишу книгу; я сам несу рукопись в типографию и лично занимаюсь такими вопросами, как разработка макета книги, печатание, переплет; я сам плачу за все это; я подготавливаю рекламное объявление и несу его

в другую типографию, а также обеспечиваю подготовку материалов, необходимых для продажи моих книг по почте; я лично слежу за каждым этапом рассылки книг по почте и плачу за все, что не делается моими руками; я просматриваю корреспонденцию с заказами; я заполняю бланки заказов, сам упаковываю и отправляю свои книги; кроме того, я продаю свои книги прямо с лекторской трибуны, когда езжу с лекциями по стране. Я также продаю свои книги нескольким оптовым и розничным книготорговцам. Таким-то образом и осуществляется продажа, по крайней мере, 99 процентов продукции, продаваемой фирмой «Фэйрплей паблишерс»

Возможно ли, чтобы жрецы свободного предпринимательства лишили своего доверия предприятие, которое действительно является свободным? Эти джентльмены юстиции, верные почитатели свободной инициативы, не постыдились втянуть меня и фирму «Фэйрплей паблишерс» в свои грязные делишки. Но ведь дело как раз в том, что подлинно свободное предпринимательство нагоняет на них страх; оно представляется им чем-то вроде коммунистического наступления на систему стяжательства, которую они имеют наглость именовать «свободным предпринимательством».

Мой вариант свободного предпринимательства был абсолютно неромантичным занятием, и мой образ жизни являл собой ужасную картину деградации по сравнению с распространенным представлением о жизни писателя. Все это было так нудно и так тяготило меня, что временами я был готов отказаться от такой жизни. Однако при сложившемся положении вещей не какой-нибудь секретарь издателя или экспедитор, а я сам лично устанавливал контакт с живыми людьми. Тот, кто для обычного издателя просто-напросто потребитель, для меня — читатель, человек, с которым я хочу говорить в первую очередь. И как писатель, я очень многое извлек из этой практики. Она дала мне возможность в своих последующих книгах ответить на вопросы, которые, как я знал, волнуют людей, в то время как большинство наших писателей вынуждено работать вслепую. Я бы порекомендовал каждому писателю испробовать этот путь. Я ненавидел каждую минуту, потраченную на техническую канцелярскую работу, которую я вынужден был

выполнять, и в то же время весь этот процесс в целом приносил мне удовлетворение. Такая явно механическая работа, как запечатывание ста тысяч конвертов, была в действительности продолжением моей борьбы за то, чтобы открыть доступ к ныне закрытым каналам связи, за то, чтобы вынести на обсуждение жизненно важные вопросы, так пристрастно и односторонне освещаемые печатью, находящейся на службе бизнеса. Если бы в Соединенных Штатах существовала свободная печать, мне, конечно, не пришлось бы в голову тратить три четверти своего времени на продажу книг — в этом не было бы никакой необходимости. Но при существующем положении вещей я не вижу лучшего способа борьбы за подлинно свободную печать, за подлинно свободное участие всего американского народа в общем обсуждении вопросов, касающихся нашего нынешнего и будущего благополучия и благосостояния, нашего мира и счастья.

Теперь вы знаете, что такое «Фэйрплей публишерс», и, следовательно, можете сами судить, почему тот факт, что издательство «Фэйрплей публишерс» было впущено в дело г-на Джонса, является посягательством на свободу печати и свободу дискуссии, посягательством на мое право распространять информацию и на ваше право иметь свободный доступ к этой информации.

### *Глава седьмая*

#### **МЕЛКИЕ ИЗДАТЕЛИ**

В нашем мире все берется под сомнение, мой дорогой... Некоторые люди могут подумать, что все пережитые мною испытания, о которых я только что рассказал, и все невзгоды, выпавшие на мою долю, есть результат каких-то погрешностей в моей работе, недостатков моего характера или моих индивидуальных особенностей. Я прекрасно знаю, что написанные мною книги оставляют желать лучшего, а свои недостатки я могу описать с большей беспощадностью, чем любой из моих злейших врагов (точно так же, как Сирано де Бержерак был самым строгим критиком собственного носа). Что касается моего характера, я никогда не взялся бы оспаривать того, что я очень неуживчив. И тем не менее все это так же не имеет никакого отношения к делу, как цветы,

распускающиеся весенним утром, ибо у каждого человека есть свои недостатки и каждый писатель, будучи человеком, подобно мне, далек от совершенства. Но из всех этих несовершенных творений природы только некоторые писатели, критически настроенные и не желающие заниматься поддакиванием, все чаще и чаще оказываются вынужденными тянуть ту же лямку, которую приходится тянуть мне.

Давайте возьмем пример из недавнего прошлого. Джордж Сельдес был одним из крупных корреспондентов периода первой мировой войны. Впоследствии он издал много книг. Однако по мере того, как его имя все чаще и чаще отождествляли с воинствующей (скорее воинствующей, нежели академической) критикой прессы и с открытой, с указанием перстом на личности, борьбой против фашизма в Соединенных Штатах, ему становилось все труднее и труднее добиваться «законного» опубликования своих книг на справедливых условиях. Я вспоминаю его рассказ о том, как издательство «Боббс — Меррил Компани» (Индианополис) вернуло ему рукопись, в которой он назвал Феликса Макрайтера, одного из крупнейших банкиров в столице штата Индиана, активным американским покровителем организации «рубашечников» (подражателей нацистов). Издатель подчеркнул эту фамилию и написал на полях: «*Наш, мистер Макрайтер!*». Банкир, о котором шла речь, был, насколько мне помнится, одним из должностных лиц или директоров этого издательства! И Сельдес был вынужден — если не формально, то, во всяком случае, фактически — стать своим собственным издателем. Эти события относятся к периоду, когда «холодная война» еще не была объявлена открыто!

Но если существо дела нельзя объяснить, ссылаясь на индивидуальные особенности этих писателей, почему не попробовать найти другой повод для сомнений: возможно, что эти воинствующие публицисты пишут такие книги, которые попросту не находят сбыта? Нельзя же требовать, чтобы издатели бросали свои деньги на ветер, не так ли? Хорошо, у меня есть подходящий пример. Альберт Кан и Майкл Сейерс написали одно важное исследование в такой популярной форме, что оно читалось, как захватывающий детективный роман. Респектабельная фирма «Литтл, Браун» тоже сочла эту книгу инте-

ресной и, поскольку обстановка тогда была не такой мрачной, как сейчас, опубликовала ее. Вы знаете эту книгу, она называется «Великий заговор»<sup>1</sup>. Но вскоре авторы почувствовали, что издатель без энтузиазма относится к этому предприятию и ничего не делает для того, чтобы способствовать распространению книги. Альберт Кан решил плюнуть на издательство, выкупил обратно свои права, пустил книгу в продажу в различных местах, по разным ценам — и сумма от продажи книги выразилась в шестизначной цифре! Кстати, с тех пор Кан стал издателем.

Более свежий пример — с Говардом Фастом, который выпустил в свет, кажется, девятнадцать книг, причем некоторые из его исторических романов разошлись в миллионах экземпляров. Но Фаст открыто связал свое имя с идеями и делами, на которые сейчас наложен запрет, и его издатель отказался опубликовать его последний роман «Спартак». Еще один из авторов вынужден был стать издателем. И, кстати сказать, книга Фаста разошлась весьма успешно, несмотря на ограниченность технических средств, которыми он располагает. Это доказывает, что отказ издательства опубликовать ее не мог быть обоснован коммерческими соображениями. Имеются и другие доказательства того, что дело тут в сугубо политических или цензорских мотивах. Фаст получил уведомление о том, что его издатели не считают целесообразным возобновлять право на издание его предыдущих книг (которые неизменно расходились большими тиражами), то есть, иначе говоря, они решили полностью прекратить их издание. Фасту самому пришлось заняться издательским делом, причем в гораздо более широких масштабах, чем это нужно было для издания одного «Спартака», — он был вынужден приобрести остатки тиражей и матрицы всех своих предыдущих книг и взяться за их издание и распространение. Дела у него идут неплохо. За это время он уже переиздал одну из своих старых книг — «Дорогу свободы» — и выпустил новую книгу, на этот раз для детей, — «Тони и чудесная дверь». К сожалению, когда писатель становится и издателем,

---

<sup>1</sup> В русском переводе указанная книга А. Кана и М. Сейерса «Тайная война против Советской России» опубликована Издательством иностранной литературы в 1947 году. — *Прим. ред.*

последний все более и более оттесняет на задний план автора. Это тоже одна из мелких побед цензоров.

Имеются еще более веские доказательства того, что все происходящее находится в непосредственной зависимости от характера свободы печати в Америке. Если вы возьметесь за издание своей книги, тема или позиция которой пришлась не по вкусу «солидным» издателям, вы натолкнетесь на многочисленные препятствия, рассчитанные на то, чтобы помешать вам получить доступ на книжный рынок, лишить вас возможности рассказать людям об этой книге. Я как-то, правда в другой связи, рассказывал о том, как, например, «Нью-Йорк Таймс» упорно отказывается помещать платные объявления, рекламирующие мои книги. Упоминал я и о том, что отказ от рецензирования моих книг является, безусловно, одним из видов цензуры. Но я не рассказал и сотой доли того, что произошло в действительности. Выступив в качестве издателя, я твердо решил ничего не принимать на веру. Я отказывался признавать — какие бы серьезные доказательства я ни получал из других источников, — что для меня закрыты все ходы и выходы, пока не убедился в этом на собственном опыте и не стукнулся лбом об стену. Список адресатов, с которыми я безрезультатно вел переписку в этот период, можно распределить по всем буквам алфавита: от «а» — «Америкэн ньюс компани» (крупная монополия по распространению книг и журналов, подвергающаяся ныне легкому преследованию в связи с антитрестовскими законами) — до «ю» — «Юнайтед нэйшнз» [Организация Объединенных Наций. — *Ред.*]. Я старался испробовать всевозможные пути, и мне нечем похвастать, кроме синяков и шишек. Я не утверждаю, что все эти учреждения (или некоторые из них) занимаются цензурой. Я только хочу сказать, что вся система информации в целом является весьма хитрым механизмом, созданным для распространения специально отобранной и «желательной» информации и для подавления и замалчивания «нежелательной».

Конечный результат таков, что вас, среднего американского гражданина, дезинформируют, одурачивают. Производя тщательный отбор, вам неизменно преподносят только одну точку зрения; от вас скрывается самый факт существования каких-либо других точек зрения или же вам внушают, что эти другие точки зрения на-

столько абсурдны, что на знакомство с ними просто не стоит тратить времени. Соответственно этому вы поддерживаете какой-либо политический курс или не выступаете против него потому, что в вашем распоряжении нет полной информации, которая, быть может, заставила бы вас занять другую позицию. В этих условиях вас уверяют затем, что принятый политический курс определен вами, конечно, на основе всесторонней и свободной дискуссии, как того требуют принципы демократии. Но разве не ясно, что результат дискуссии заранее предрешен, если ее участников снабжают только той информацией, которая была подвергнута тщательному отбору, с тем чтобы они пришли именно к тем выводам, которые устраивают организаторов этой дискуссии?

Этот принцип отбора информации является регулирующим во всей нашей системе пропаганды, и действует он с совершенно неумолимой последовательностью, подлинный характер которой вы сможете полностью понять только в том случае, если вам пришлось по восемнадцать часов в сутки воевать против этого метода распространения информации. Один случай, имевший место совсем недавно, очень ярко отразил в себе эту связь между контролируемой системой элементарного просвещения и контролируемой же текущей информацией. Я имею в виду случай с книгой д-ра Герберта Аптекера «Документальная история негритянского народа в Соединенных Штатах». Я особенно близко принимаю к сердцу все, что касается этой книги, потому что недавно я имел удовольствие прослушать серию лекций д-ра Аптекера, выступления и труды которого наряду с произведениями д-ра Дюбуа заставили меня осознать, что мне, если я хочу знать, как надо писать историю Америки, обязательно нужно заняться изучением негритянской проблемы. Тот убудочный вариант американской истории, который нам сейчас преподносят, мог родиться на свет только благодаря полнейшей слепоте «белых» историков и под воздействием преднамеренно созданных предрассудков социальной системы, которой для поддержания ее существования органически необходимы эксплуатируемые расы и эксплуатируемые классы. Этот вариант истории дает одинаково искаженное изображение как Белой, так и Черной Америки. Конечно, не существует двух Америк — Белой и Черной. Есть только

одна-единственная настоящая Америка, в которой оскорбления и притеснения, являющиеся уделом чернокожих американцев, неизбежно причиняют вред более или менее светлокожим американцам. Сколь сильно такое глубокое, основанное на расовых предрассудках извращение нашего образования вносит лживую ноту во все происходящие ныне дискуссии по текущим международным проблемам! Как остро ощущается потребность в том, чтобы кто-то решительной рукой внес необходимые коррективы!

И вот появляется д-р Аптекер с блестящей книгой, которая может произвести это чудо. Она содержит документальные доказательства того, что на каждом этапе нашей истории наличие «негритянского вопроса» в его двух проявлениях (с одной стороны, стремление белых набить карманы путем ограничения свободы негров, с другой стороны, борьба негров за полную свободу) направляло развитие нашей истории по таким путям, которые ортодоксальные историки оставляют без внимания. Что ж, вот представляется случай исправить положение и дать введенному в заблуждение американскому народу правильную информацию — сделать известной эту книгу!

Ничего подобного не случилось. Сразу же завертелось старое мельничное колесо цензуры. Влиятельные рецензенты отказались комментировать выход в свет этой книги. Такие столпы свободной печати, как «Нью-Йорк Таймс» и «Нью-Йорк гералд трибюн», не только обошли ее молчанием, но в ответ на вежливый запрос подтвердили, что они не будут помещать рецензий на эту книгу. «Нью-Йорк Таймс» со свойственной ей надменностью не сделала никаких попыток объяснить свою позицию, но нечистая совесть «Нью-Йорк гералд трибюн» породила любопытное алиби со стороны Ириты Ван Дорен — редактора отдела «книжное обозрение». Историки, осторожно намекала она, считают эту книгу очень слабой, и в рецензии ей пришлось бы дать плохую оценку. Кончила Ван Дорен тем, что села в лужу: в качестве примера достойной внимания книги, написанной негром и о неграх, она назвала книгу Сандерса Реддинга «Они пришли в цепях». Она специально подчеркнула, что эта книга была прорецензирована в ее газете. Но дело в том, что в своей книге Реддинг особо подчеркивает свою при-

знательность нескольким лицам, которых он называет ведущими учеными в области истории негритянского вопроса. Среди них значится имя самого выдающегося из современных негритянских ученых — Уильяма Дюбуа, который написал предисловие к книге Аптекера, назвав ее монументальным трудом, долгожданным и блестяще выполненным. Следующий, о ком Реддинг отзывается с высокой похвалой, это... д-р Герберт Аптекер!

Но, может быть, новая книга д-ра Аптекера по уровню стоит намного ниже его предыдущей работы, на которую ссылается Реддинг? Нет, по мнению Реддинга, это не так. За много месяцев до того, как мисс Ван Дорен выступила со своим алиби, он опубликовал рецензию по поводу самой «Документальной истории». В разделе «книжное обозрение», который он ведет в «Афро-Америкэн» (группа еженедельников), он назвал эту книгу блестящим примером глубокого овладения исторической наукой.

«В ней не упущено ни одного важного момента, — пишет Реддинг. — Это не просто труд, явившийся результатом «неутомимых исследований», который «даст ключ к пониманию многих проблем для поколений студентов»; это живое изображение предмета, которому посвящен этот труд. Перед нами негритянский народ»

Что же в таком случае осталось от выдвинутого мисс Ван Дорен предлога, который она изобрела, пытаясь объяснить, почему «Нью-Йорк гералд трибюн» обошла молчанием книгу д-ра Аптекера? «Слетел последний фиговый листок», — метко заметил по этому поводу Ллойд Браун, из статьи которого в журнале «Мэссис энд мейнстрим» я впервые узнал об этих фактах. Если бы даже эксперты газеты действительно были невысокого мнения об исторических трудах д-ра Аптекера, как можно этим оправдать полное игнорирование книги, при создании которой Аптекер, по существу, выступал просто как редактор и которая в большей своей части содержит не его слова, а текст документов — в ней более девятистот страниц материалов, которых еще нигде и никогда не мог получить рядовой читатель? Нет, мы не можем поверить в добросовестность газет. Здесь явно видны длинные уши цензуры. Предрассудок, получивший силу закона, распространяет свою власть для того, что-

бы скрыть от народа всю информацию, содержащую в себе вызов этому предрассудку.

Я не хочу глубоко затрагивать тему, которая заслуживает того, чтобы ей посвятили особую книгу. Я имею в виду вопрос о насковзь лживом характере нашего образования, целью которого является надувательство американского народа. Скажу только что, если через две тысячи лет кто-нибудь вздумает поинтересоваться нашей жизнью, он увидит, что в наше время вообще не было того, что называется образованием. Мы получаем определенное количество «знаний» в школе и за ее стенами; как в школе, так и вне ее нас обучают путем навязывания нам готовых «авторитетных точек зрения». Иначе говоря, нам заявляют, что это верно, а это неверно. Каким образом люди пришли к тем или иным выводам, в какой степени предварительными и неавторитетными являются их сегодняшние взгляды — сам характер познания и человеческого опыта,— все это не находит никакого отражения в нашей системе обучения. В результате мы не отдаем себе отчета в том, на каком низком уровне развития находятся наши знания, и в еще меньшей степени представляем себе, каково влияние классовых, эгоистических интересов и предрассудков на развитие и характер знаний, отражающих в себе «ученость» какого-то определенного периода, или на произведенные человечеством накопления в области «образования» вплоть до наших дней. Короче говоря, нам выдают различные дипломы, чье назначение — свидетельствовать, что мы получили образование, но в действительности эти дипломы могут подтвердить лишь то, что мы прошли через процесс, который можно назвать процессом кристаллизации нашего невежества. Мы могли учиться с достаточным усердием, но преуспели только в том, что еще прочнее привязали себя к одолевающим нас предрассудкам, укрепившись в своих первоначальных предубеждениях (или скорее предубеждениях, свойственных нашему обществу, господствующему классу нашего общества). Пока мы не придем к пониманию этого, мы будем оставаться абсолютными невеждами, наши знания будут равны нулю. Подлинное овладение знаниями начнется для нас в тот момент, когда мы сделаем это открытие. И поэтому в нашем мире, где все идет шиворот-навыворот, подлинный процесс обучения — это не

приобретение знаний, а освобождение от имеющихся знаний.

Так же и с этой моей книгой. Я не собираюсь учить вас правде о свободе печати. Я буду удовлетворен, если помогу вам освободиться от груза той чуши, которую вы уже усвоили по этому вопросу. Разве это не большое дело?

### *Глава восьмая*

#### **ШКОЛА ОСВОБОЖДЕНИЯ ОТ ЗНАНИЙ**

Для нашей школы освобождения от навязанных нам знаний нужна особая философия. Нам нужны какие-то принципы, которыми мы могли бы руководствоваться в этой работе. Пока что я ограничивался только тем, что приводил отдельные примеры, опровергающие господствующую доктрину свободы печати, но простое перечисление примеров мало что может дать. Не думайте, что я хочу попытаться убедить вас, опираясь только на силу приводимых мною примеров. Имеются буквально тысячи книг журналистов и экс-журналистов, которые с помощью фактов описывают свой собственный опыт, приводя бесчисленное множество конкретных случаев, из которых складывается общая картина условий их работы. Эти книги представляют собой такой каталог фактических материалов о преследованиях и притеснениях журналистов, о случаях фальсификации и искажения информации, о продажности печати и о власти предрасудков, что то, что я могу добавить ко всему этому, будет лишь каплей в море. И если бесчисленное множество фактов, рассказанных ими, не предостерегло раз и навсегда американское общественное мнение, с моей стороны было бы глупо рассчитывать, что еще один том конкретных примеров окажет такое воздействие, которого не смогли оказать все эти материалы, вместе взятые. Поэтому я и не ставлю перед собой такой цели.

Моя цель состоит в том, чтобы показать, что имеется один общий принцип (или несколько принципов), который проходит красной нитью через бесконечную вереницу этих примеров. *Я взялся за это исследование для того, чтобы установить, что грехи нашей печати — это не просто дело привычки, но что это — систематическое*

*явление, то есть что все ее недостатки не случайно подходят под один образец, не случайно повторяются, а должны подходить под один образец, должны повторяться, так как это результат действия определенных законов. Именно законов, а не правил, установленных самой прессой; не кодекса, принятого на каком-нибудь тайном заговорщическом совещании всемогущих «лордов прессы» или «шестидесяти семейств» Уолл-стрита, а научных законов, принципов, вытекающих из самой природы нашего общества и не зависящих от воли ни одного из членов этого общества, ни даже от воли какого-либо класса этого общества. Если существуют, как я полагаю, такие законы, то именно в них надо всегда искать причины постоянно меняющихся явлений, описанных во всех тех книгах, о которых я упоминал. Короче говоря, я хочу показать, что основная функция печати в нашем обществе состоит именно в том, чтобы дезинформировать своих читателей, представлять в ложном свете общее состояние и характер человеческих отношений, насаждать невежество под видом распространения информации.*

Я не хочу, чтобы вы подумали, будто я намереваюсь определить и сформулировать законы, о которых говорю, или пытаюсь выдать эту книгу за научное исследование. Я считаю себя журналистом, публицистом и не претендую на большее. Но в равной степени я не удовольствуюсь меньшим! Поэтому, если я не обещаю вам сформулировать научные законы, регулирующие функционирование нашей «свободной печати», я, во всяком случае, собираюсь нарисовать достаточно убедительную картину, чтобы доказать рядовому читателю, не являющемуся ученым специалистом в этой области, что в линии поведения печати можно проследить определенную закономерность, что эта линия не просто подчинена игре случая или капризам того или иного человека, но является результатом действия непреодолимой силы, силы закона, закона в том смысле слова, в каком оно употребляется в науке. Но если я не намерен вести работу ученого, я обещаю показать, что в этой области непечатьный край работы для ученых. Поставив перед собой такую задачу, я остановился вначале на нескольких примерах из своего личного опыта, преследуя очень узкие цели, а именно стремясь подчеркнуть, что эти события, имевшие место

в моей жизни, не являются частными случаями, **что** они служат дополнительным доказательством *действия закона дезинформации, который мы называем «свободой печати»*.

Изложение событий, касающихся меня лично, неизбежно выводит меня за рамки повествования о моей жизни и переходит в повествование о жизни в сегодняшней Америке. Поэтому разрешите мне закончить сначала историю моих злоключений: со мной ничего не случилось. Вынесенное судьей Валенте заключение о моей виновности в неуважении к суду само по себе дало требуемый эффект — меня не пришлось даже упрягивать в тюрьму. Оно помогло создать обстановку, при которой суд мог безоговорочно объявить г-на Джонса подозрительной личностью с «коммунистическим душком» и на этом основании вынести заключение, что ему не может быть доверена информация, содержащаяся в списках акционеров компании, директором которой он является. Служащие компании, избежав расследования и получив полную возможность вести дела компании так же, как они вели их раньше (добросовестно или недобросовестно, я не знаю, это осталось неизвестным и для суда и для всего мира), потеряли интерес к моей особе — у них просто не было никакого стимула добиваться моего наказания. Но такую возможность они имели и имеют сейчас. Таким образом, факт остается фактом: считающийся священным принцип свободы печати никак не защищает меня. Наоборот, я попал под удар именно потому, что воспользовался правом, принадлежащим мне по конституции, и именно правом выступать в качестве владельца издательства «Фэйрплей паблишерс». Принцип свободы печати может оставаться неприкосновенным на бумаге, но в обстановке разжигания военной истерии, когда неограниченной властью пользуется принцип «если тебя подозревают, значит ты виновен», — в такой обстановке исключается всякая возможность реализовать на практике право свободы печати. «Вы свободны писать и публиковать все, что вам угодно, — заявляют мне. — Однако, если вы будете это делать, мы можем на законном основании посадить вас за это в тюрьму». Но если дело обстоит так, то вопрос не может быть сведен к возможным правам или мелким обидам какого-то Джорджа Мариона, скромного репортера с основатель-

ным запасом упрямства. Тут уж речь идет о всех *вас*, граждане Америки, вместе взятых.

Мое право на сбор и распространение информации обусловлено тем, что существуете вы. Конституционные гарантии записаны не для того, чтобы успокоить душу писателя или обеспечить исполнение желаний человека, который чувствует, что он имеет что-то сказать миру. Они записаны для того, чтобы защитить потенциального слушателя, а сейчас именно ваше право на получение информации поставлено на карту. Если мне не дали возможности защитить себя в моем деле, мотивируя это тем, что я был привлечен к нему только в качестве свидетеля, какие же ограниченные возможности предоставляются вам для защиты ваших прав во всех тех процессах, когда вас лишают свободы слова, свободы выступать в печати, свободы защищать себя! И в то же время без полного и свободного доступа к информации вы не можете иметь своих независимых суждений по важнейшим государственным вопросам. Ваше демократическое право на участие в формировании государственной политики остается неиспользованным, кто-то другой делает политику в своих собственных интересах и в ущерб вам; это он подвергает цензуре всю информацию, прежде чем преподнести ее вам; это он поставил себе на службу систему вашего обучения с целью сохранить в своих руках контроль над политикой!

Самым фантастическим во всем этом является следующее: если контроль над информацией действует гладко, вы даже не подозреваете о существовании этого контроля. Поэтому вы никогда не берете под сомнение достоверность поступающей к вам информации и не допускаете существования каких-нибудь других точек зрения, кроме тех, которые искусно навязываются вам путем односторонней подачи информации. Это — зло, с которым вы не можете бороться, так как вы не знаете о его существовании, а также потому, что вас обучили так, что вы вряд ли поверите в существование этого зла, даже если вам на него укажут.

Именно эта сторона вопроса побудила меня взяться в 1946 году за памфлет о печати. Эта тема, несомненно, более актуальна сейчас, чем пять или шесть лет назад, ибо на протяжении всех этих лет военная истерия разжигалась с неистовой яростью. Язык, тон, стиль и отдельные

формулировки, которые я изо дня в день встречал в газетах Херста в годы войны, когда Россия была нашим «доблестным союзником» (для всех других газет, кроме херстовских), теперь стали обычным явлением на страницах печати по всей нашей стране. Антисоветская линия, определяющая тон херстовской печати, линия, привезенная Херстом в 1934 году из гитлеровской Германии, куда он ездил совещаться с нацистскими главарями — эта линия легла теперь в основу всей американской политики.

Поскольку «охота за ведьмами» и ее неизменный спутник — военная истерия распространяются главным образом через посредство печати, с ее страниц совершенно исчезло спокойное обсуждение вопросов; теперь оно считается опасным явлением. Выступать с фактами и аргументами против распространения войны, против политики разжигания войны, против умышленного создания обстановки, препятствующей мирному обсуждению разногласий, — значит вести прямую подрывную деятельность. Настаивать на необходимости свободной дискуссии, заниматься сбором и распространением информации, которая может понадобиться для обсуждения в печати насущных политических вопросов, — значит навлечь на себя кличку «шпиона», «предателя» или «советского агента». Но если слово — не нож и не может причинить боли, как заверяет нас популярная детская песенка, то не следует забывать и второй части этой песенки, палки и камни могут переломать вам ребра. Но если случится так, что все эти клички вам будут приклеивать на суде — дело легко может окончиться тюрьмой.

Более того, министерство юстиции открыто приступило к подготовке концентрационных лагерей, так называемых «лагерей изоляции», с целью — как об этом прямо объявляется — помещать в них без суда и следствия людей, подозреваемых в шпионаже, измене или в совершении каких-либо других преступлений. Тысячи людей будут схвачены и «изолированы» в этих лагерях на неизвестный срок, быть может, на всю жизнь, только на том основании, что какое-нибудь частное лицо или какая-нибудь комиссия занесла их имена в секретные списки с указанием, что они «неблагонадежны с точки зрения безопасности». Тюремная камера для людей, которые отваживаются иметь собственные мысли, — вот такая

угроза нас ожидает. Свобода слова — за колючей проволокой.

Однако выбора нет. Мы не должны молчать, ибо это очень опасно. С того момента, как сознание нависшей над нами угрозы заставило меня изменить род занятий, мы не просто продвинулись семимильными шагами к третьей мировой войне, мы уже фактически ведем целую серию местных войн, и есть все основания опасаться, что они приведут к новым войнам еще больших масштабов. Если люди, которые завели нас так далеко (*официальные лидеры обеих партий и их находящиеся за кулисами хозяева*), могли бы действовать по своему усмотрению, мы бы никогда уже не увидели мира. Наше молчание может спасти нас только от ударов, направленных против нас лично, но оно не спасет нас от общего бедствия. Единственная надежда на спасение — это во-время поднять американский народ на борьбу с опасностью, чтобы предотвратить ее. Молчать сейчас — значит готовить себе могилу. Я не хочу быть самоубийцей! Я надеюсь, что вы тоже будете мужественно защищать мою жизнь тем, что осуществите свое право на свободу читать.

**ПЕЧАТЬ СВОБОДНА..  
ЕСЛИ ВЫ ПЛАТИТЕ НАЛИЧНЫМИ**

*Глава девятая*

**НЕИЗБЕЖНОЕ ЗЛО**

Деньги!.. Давайте начнем с денег. Не знаю, чем рас-  
плачивается с бакалейщиком г-жа Рузвельт, но я плачу  
ему деньги. Мой любимый поэт Хуан Руис<sup>1</sup> очень высо-  
кого мнения о могуществе денег. Он считает, что деньги  
могут заставить хромого ходить, немого — говорить, а  
безрукому дадут силу дотянуться до них. За деньги  
можно купить рай, спасение души, благословение папы,  
ибо там, где есть деньги, милосердие безгранично. День-  
ги обращают истину в ложь, а ложь — в истину. Если у  
вас есть деньги, они разобьют ваши цепи, выведут вас  
из тюремной камеры, спасут от опасности. Но если у вас  
нет денег, вам наденут наручники, как бы вы ни отби-  
вались. В скачках участвует не тот, чья лошадь бежит  
быстрее, а тот, кто богаче. Если у вас нет денег — ваша  
лошадь не побежит. Монахи в своих проповедях клей-  
мят деньги и предостерегают против таящихся в них  
соблазнов, но в монастырских кельях больше тайников  
для хранения денег, чем у белки — норок для хранения  
зимних запасов орехов.

Маловероятно, чтобы Эдмунду Спенсеру<sup>2</sup> было что-  
нибудь известно о Хуане Руисе, и он наверняка выражал  
свои собственные мысли, оплакивая отошедшие в прош-  
лое старые и, как принято считать, добрые времена,  
когда деньги вели себя не так нахально. «Это был золо-

<sup>1</sup> Руис Хуан (родился в конце XIII века, умер в середине XIV века) — испанский поэт и писатель. В своих произведениях высмеивал религию и церковную мораль. Широко пользовался народным творчеством. — *Прим. ред.*

<sup>2</sup> Спенсер, Эдмунд (1553—1599) — великий английский поэт. Творчество Спенсера оказало влияние на поэзию романтиков — Байрона, Шелли и др. — *Прим. ред.*

той век старого Сатурна, а нынешний век можно назвать скорее веком золота, ибо без золота сейчас ничего не получишь...» Нет никаких данных о том, что положение с тех пор изменилось. Эдди Кантор<sup>1</sup> говорит, что в мире есть много вещей, гораздо более ценных, чем деньги, но все они стоят больших денег.

Можно подумать, что Элеонора Рузвельт и многие другие деятели, рассуждающие о свободе печати в духе высоких принципов морали, ничего этого не знают. Мне пришлось высидеть много нудных часов на конференциях издателей и на заседаниях подкомиссии ООН по свободе информации, выслушивая выпренные речи ораторов, переносящих все вопросы в такие заоблачные высоты, что вульгарный вопрос: «А сколько это стоит?» прозвучал бы в их обществе как святотатство.

Позиция г-жи Рузвельт определилась сразу же и со всей ясностью, когда я спросил ее, как можно считать, что я пользуюсь свободой печати, если издатели не печатают моих произведений!

— Ха! — всплыла она. Это был не смех, а возглас негодования. — Ха! Они вовсе не обязаны делать это!

Как я уже говорил, издатели, конечно, не обязаны публиковать мои книги, и они их не публикуют. Но замечание г-жи Рузвельт раскрывает многое в ее концепции свободы печати, которую она считает аксиомой. Для нее свобода печати, несомненно, означает только свободу печатания, то есть отсутствие каких-либо юридических барьеров, которые мешали бы самому печатанию. Такое с легкостью сделанное заключение о том, что свобода печатания — это то же, что свобода печати, не является плодом ее личного каприза; это одна из основных предпосылок, которыми оперируют все апологеты «свободной печати». И если я начал эту главу с восхваления денег, то это потому, что я не представляю себе, как может существовать такая простая вещь, как свобода печати, если печатание нельзя осуществить без денег! Мне, по моему скромному разумению, представляется, что в таких условиях свободой печати пользуется только тот, кто может заплатить издателю.

Позиция г-на Брукса Аткинсона по этому вопросу очень похожа на позицию г-жи Рузвельт. Его мысли на

---

<sup>1</sup> Известный американский певец и киноактер. — *Прим. ред.*

этот счет высказаны им в любопытной корреспонденции, которую он отправил из Москвы как раз накануне отъезда оттуда, перед возвращением на свое старое место в отдел театральной критики газеты «Нью-Йорк Таймс»:

«В Советском Союзе продолжают настойчиво повторять марксистские мифы об Америке, будто у нас нет свободы печати, будто бы наша демократия носит лишь формальный характер. На днях я прочел в московском «Большевике» следующее:

«В условиях буржуазной демократии рабочие не имеют минимума материальных средств, необходимых для практического осуществления прав, провозглашенных в конституции. У них нет ни печатных машин, ни бумаги. Газеты, клубы, театры — все это собственность частных лиц или групп».

В корреспонденции г-на Аткинсона не было ничего, что могло бы объяснить, почему он назвал это «марксистским мифом». Может быть, г-н Аткинсон знает какого-нибудь рабочего или группу рабочих, которые действительно имеют в своем владении ежедневную газету с массовым тиражом? Эта корреспонденция всегда оставалась для меня загадкой. Почему г-н Аткинсон вздумал оспаривать именно это утверждение? Конечно, он нимало не сомневается в том, что в Соединенных Штатах «печатные машины и бумага» действительно являются «собственностью частных лиц или групп». Очевидно, он считает вульгарным говорить о «материальных средствах», о физической собственности, необходимой для осуществления свободы печати,— одним словом, о деньгах. Говорят, что скрижали, которые Моисей получил на горе Синай, были надписаны рукой самого господа бога. Но чек, по которому г-н Аткинсон получает деньги, подписывает всего лишь мелкий служащий Артура Сульцбергера, Верховного жреца Свободы печати, издателя «Нью-Йорк Таймс». Так что г-н Аткинсон совершенно напрасно проявляет такую деликатность. С другой стороны, если он не склонен останавливаться на таком низменном и сугубо материальном предмете, почему он не мог пойти по линии позитивной аргументации и показать, каким образом, по его представлению, американская печать служит подлинной, а не формальной демократии, каким образом она обеспечивает подлинную, а не формальную свободу дискуссии? Г-н Аткинсон не сделал этого. Он

удовлетворился тем, что ответил русским одной высокопарной фразой, в которой звучал гневный упрек:

«Если эти старые мифы не являются преднамеренным искажением истины, тогда они — результат отсутствия элементарных знаний».

Что ж, меня вполне могут повесить за это, но я вынужден признать, что я — на стороне русских. Мне тоже «недостает элементарных знаний». В надежде приобрести их я собираюсь продолжать исследование этого вопроса, но именно идя по пути изучения вульгарных материальных категорий, делая упор на фактической стороне дела и не подменяя метод разумного анализа моралистическими разглагольствованиями. Г-н Аткинсон отказывается останавливаться на таком вопросе, как разница между подлинной и формальной свободой, между действительными средствами для реализации права на свободу печати и просто формальным правом на такую свободу. Что касается меня, я не вижу другого пути к достижению полного понимания этого вопроса, кроме изучения именно этих проблем.

Если мы будем топтаться вокруг вопроса об официальной свободе печати, нам нечего обсуждать — мы во всем согласны друг с другом. Нет никаких сомнений насчет того, что конституция Соединенных Штатов формально гарантирует каждому право на издание газеты в нашей стране. Закон справедлив и одинаков для всех, он запрещает как безработному, так и миллионеру спать на скамейках в парке, он гарантирует право и на покупку и на создание крупного предприятия, называемого газетой. Но когда дело доходит до попыток осуществить на практике это право на свободу печати, все упирается в деньги — у одного они есть, у другого их нет. В результате миллионер имеет возможность приобрести все, что необходимо для действительной реализации права на свободу печати, а рабочему остается только смотреть со стороны. Миллионер говорит, рабочий слушает. А миллионер очень любит произносить гладкие и абстрактные речи о свободе печати. Рабочий, не имея возможности возразить что-нибудь, пропускает мимо ушей эти разглагольствования и переключает свое внимание на Лила Абнера<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Известный в США персонаж многих «комиксов». — Прим. ред.

Я не хочу утверждать, что в этом суть дела. Скорее это предварительные замечания, задача которых — предотвратить возможность неправильного толкования. Я не хочу, чтобы создалось впечатление, что в данном исследовании мы ставим перед собой цель определить, действительно ли рабочие и миллионеры в одинаковой степени пользуются свободой печати. Мы не обязаны тратить время на такой вздор только потому, что г-на Аткинсона раздражает, когда русские затрагивают этот вопрос. Перед нами гораздо более серьезные задачи мы хотим определить, что такое печать, как она функционирует в современном обществе, как она помогает или мешает рядовому гражданину в его стремлении принять участие в формировании государственной политики, на что он имеет право при демократическом строе. Мы хотим проникнуть в существо термина «свобода печати». Мы хотим установить, что же предпринимает печать для того, чтобы положить мысли рядовых граждан в основу выводов и заключений, которые делает правительство от имени всей страны. Мы хотим знать, определяет ли это подлинное общественное мнение политику государства.

В этих поисках бранных, имеющих решающее значение истин мы не будем тратить времени на поверхностную дилемму г-на Аткинсона. Нашим отправным пунктом будет тот несомненный факт, что существует разница между подлинной и формальной свободой, между богатством и бедностью, между конституцией и фактами, взятыми из жизни. Когда играют на деньги — не суйтесь, если у вас пустые карманы. Я уже говорил, что нужны большие деньги, чтобы издавать газету. Г-н Аткинсон называет это «марксистским мифом». Что ж, давайте тогда лично ознакомимся с «марксистской мифологией». Мы начнем с Таймс-сквер в Нью-Йорке, где расположены гигантские «мифологические» здания редакции газеты «Нью-Йорк Таймс».

### *Глава десятая*

#### **НЕТ ЛЕСА — НЕТ СВОБОДЫ**

Возможно, правильнее было бы начать наше путешествие на две тысячи миль северо-западнее Нью-Йорка, в канадских лесных массивах, откуда грандиозной стеной

движутся на безлесную Таймс-сквер высокие ели. В этих краях правительство провинции Онтарио выделило в распоряжение компании «Спрус фоллс пауэр энд пейпер, Лимитед», то есть для «Нью-Йорк Таймс», пять тысяч квадратных миль леса — район, превышающий по площади территорию штата Коннектикут. В самом сердце этого дикого края вырос город с четырьмя тысячами жителей. Его единственное назначение — превращать эти дикие чащи в огромные рулоны газетной бумаги весом по три четверти тонны каждый, для того чтобы насытить печатные машины газеты «Нью-Йорк Таймс». Каждую ночь 250 таких огромных рулонов — 190 тонн бумаги! — проходят через эти машины, впитывая попутно 3 тонны типографской краски. Для того чтобы обеспечить газету запасом бумаги на год, эти затерянные в лесах феодальные поместья должны отправить в Нью-Йорк около 175 тысяч рулонов газетной бумаги — более 2 500 товарных вагонов!

Подвластный «Нью-Йорк Таймс» город в лесу творит чудеса он превращает лесные чащи в горные массивы. Если сложить в одну стопу миллион экземпляров воскресного номера «Нью-Йорк Таймс» — а это 1 500 тонн газетной бумаги, впитавшей более 18 тонн типографской краски, — то получится гора бумаги высотой в 70 тысяч футов. Если же сложить их в две стопы, то будет две горы, каждая из которых на 5 тысяч футов выше Эвереста — самого высокого в мире пика! А если вы вздумаете соорудить из них горы такой высоты, как «Эмпайр Стейтс билдинг» — это 1 250 футов, — вы получите из одного воскресного выпуска «Нью-Йорк Таймс» 56 таких небоскребов.

Эти наглядные примеры и вычисления — плод моих собственных усилий. Но это не значит, что они построены на догадках. Наоборот, основные данные взяты из выпущенных редакцией «Нью-Йорк Таймс» хвастливых брошюр, подготовленных специально для обеспечения материалами тех, кто будет рекламировать эту газету. Эти брошюры попались мне на глаза в 1947 и 1948 годах, когда я осматривал типографии газет «Дейли ньюс» и «Нью-Йорк Таймс». Тогда же на фабриках типографского оборудования я получил приводимые мною в следующих главах данные о расходах на издание газет. Картина, нарисованная мною на основе этих данных, более чем

справедлива и для 1950 года, ибо цены и тиражи с того времени значительно выросли!

Все эти цифры дают лишь отдаленное представление о грандиозных масштабах практических операций по изданию газеты. И тем не менее этого достаточно, чтобы представить себе, какая ужасающая перспектива встанет перед глазами любого рабочего или группы рабочих, которые вздумают ввязаться в конкурентную борьбу с существующей печатью за завоевание американского читателя. Подумайте о необходимых расходах. Канадские фабрики 15 июня 1952 года подняли в Нью-Йорке цену на газетную бумагу до 126 долларов за тонну. Следовательно, для того чтобы приобрести запас бумаги, необходимой для выпуска одного номера газеты, по нынешним ценам нужно иметь около 200 тысяч долларов.

Если у вас нет своих собственных огромных лесных наделов — а обстоятельства часто складываются так, что вы не имеете возможности приобрести газетную бумагу на обычном рынке «и вам приходится доставать ее на черном рынке и платить вдвое-втрое дороже установленной цены, — это может составить настолько ощутимую разницу, что вы быстро вылетите в трубу. Но дело в том, что иногда вы даже за большие деньги не приобретете ни одного рулона бумаги. И уж, конечно, вы никак не сможете приобрести такое количество газетной бумаги, которое необходимо для того, чтобы вы могли бросить вызов вашим прочно укрепившимся конкурентам. Подобно газете «Нью-Йорк Таймс» газетные тресты и другие крупные потребители имеют в своем владении леса и многочисленные предприятия бумажной промышленности. Поэтому рабочему или группе рабочих, которые вздумают заняться изданием крупной газеты, придется начинать с отправки разведывательных партий по изысканию нетронутых резервов сырья для производства газетной бумаги, развернув работы не меньших масштабов, чем те, которые ведутся в лесной империи «Нью-Йорк Таймс». Но, найдя то, что им нужно, они могут обнаружить, что канадское и американское правительства не желают предоставить им те же привилегии, которыми пользуется «Нью-Йорк Таймс».

Однако в данный момент мы не собираемся останавливаться на вопросах такого порядка. Мы еще не готовы к тому, чтобы вплотную заняться изучением органи-

зации газетной промышленности и методов вытеснения из сферы ее действий пришельцев извне, короче говоря, изучением монополистической структуры нашей печати. Сейчас мы хотим только проследить за практическим процессом издания газеты и установить, какова стоимость каждого этапа в этом процессе

С точки зрения очередности этапов при издании газеты, мы ведем наш обзор в обратном порядке — мы начали с конца. Газетная бумага, о которой мы вели речь, может понадобиться вам только тогда, когда у вас на руках уже будут информационные статьи, обозрения, фотографии и, что самое главное, рекламные объявления и когда вы превратите их при помощи целой серии механических процессов в изогнутые металлические стереотипы, установленные в мощных печатных машинах. Вы все не раз видели в кино, как это делается. И все же давайте еще раз проследим весь этот процесс в жизни. Издание газеты, каким его изображают в голливудских фильмах, несколько отличается от издания газеты на Таймс-сквер.

#### *Глава одиннадцатая*

### **ГДЕ ЖЕ ТУТ РОМАНТИКА?**

Как известно, не все пьесы и сценарии одинаково бездарны. Быть может, я пристрастен, но мне кажется, что самые бесцветные из них это те, в которых изображается жизнь редакции газеты. Только в отдельных случаях, благодаря умелой подаче материала режиссером, зритель смотрит пьесу или фильм, не отмеченный печатью идиотизма. В качестве классического примера можно назвать фильм «Первая полоса», в которой жизнь одного журналиста показана так, что фильм смотрится с большим интересом. Но удачные фильмы и пьесы так же далеки от действительной жизни, как и неудачные. И те и другие построены по одному принципу. Традиционная сюжетная линия пьес и фильмов из жизни газеты всегда развивается в одном плане. Это история жизни какого-либо одного человека — энергичного и грубоватого редактора, или по уши ушедшего в организацию какой-нибудь кампании издателя, или же помешанного на сенсациях крупного репортера. Кульминационный момент этих пьес и фильмов — момент, в котором выявляется

вся слава, вся романтика и весь смысл жизни главного героя, — тоже абсолютно стандартен: это «сенсация», «грандиозная новость». Торжествующий герой, раздобывший ее, врывается в редакцию. «Сенсация» настолько исключительна, что ради нее отдается властная и гордая команда: «Остановите печать!» И на несколько минут, в ожидании, пока это «сенсационное сообщение» подготовят для набора на первой полосе, смолкают ротационные машины.

В действительной жизни наиболее распространенными поводами для команды «Остановите печать!» бывают случаи, когда кто-нибудь обнаружил опечатку, искажившую слово таким образом, что оно звучит как непристойная ругань. Мне приходилось дежурить в редакции в такие дни, когда поступали новости действительно драматического порядка: покушения на различных европейских королей и премьеров, начало второй мировой войны, вторжение нацистов в Россию на рассвете 22 июня без объявления войны, внезапная смерть президента Рузвельта. Мы, естественно, бывали очень взволнованы — не больше и не меньше, чем другие люди, не-газетчики, — получая первые «молнии» об этих событиях и следя в дальнейшем за их развитием. Для нас, газетных работников, появление таких сенсационных сообщений всегда сопряжено с тем, что в эти часы приходится работать в страшно быстром темпе, так как надо проделать множество технических операций в очень сжатые сроки. В такие моменты, конечно, в редакции бывает напряженная обстановка. Но нечего и говорить о том, что в жизни не бывает ничего похожего на те безумные сцены, которые разыгрываются на экранах. Единственно, когда в редакции бывает действительно столпотворение, — это в ночь перед объявлением результатов голосования на выборах.

Однако волнение, царящее в редакции в ночь после выборов, совсем не похоже на ту обстановку, которую создают на экране, пытаясь показать этот «кульминационный момент» в жизни газеты. Это волнение возникает не под влиянием какого-то действующего с драматической яростью фактора времени, а является следствием конкуренции, в результате которой каждая газета стремится использовать все новые и новые цифры в качестве предлога для выпуска экстренного номера или

«дополнений», с тем чтобы обогнать своих соперников. Поэтому в эти часы в редакции дежурят все сотрудники газеты и много дополнительных людей в помощь им и все они занимаются срочной обработкой непрерывно поступающих отчетов о ходе выборов. Стремление как можно скорее подготовить новый дополнительный выпуск газеты, как можно скорее собрать цифры в новые колонки таблиц — вот что определяет в действительной жизни напряженность обстановки в редакции в ее самые безумные часы. Это не какой-то один, полный напряжения момент перед закрытием занавеса, а постоянный учащенный пульс работы механического цеха, занятого выполнением срочного заказа, который необходимо сделать сегодня ночью.

Именно это и представляет собой современная газета — механический цех. Недавно одна выходящая в Миннеаполисе газета купила в «Нью-Йорк Таймс» целую страницу и поместила на ней огромную фотографию нового внушительного многоэтажного здания, в котором помещается теперь редакция этой газеты. В этом призыве к рекламодателям в тоне простой констатации фактов сказано, что указанная газета является «самой современной газетной фабрикой». И эта концепция — вернее, эта реальность — является определяющей как в процессе собирания новостей, так и в процессе печатания газеты. Редакция газеты, какой она изображена в фильме «Первая полоса», — полнейший вымысел. Редакционный отдел в газете — просто начало конвейера на промышленном предприятии).

Отделы информации в редакциях «Нью-Йорк Таймс» и другой фантастически богатой газеты «Дейли ньюс», расположенной на несколько кварталов восточнее 42-й улицы, производят весьма внушительное впечатление на человека, не знакомого с газетным делом, и, может быть, еще более сильное впечатление на посетителя, работающего в какой-либо другой газете. Этот последний бывает настолько потрясен уже одними масштабами аппарата по собиранию новостей — огромным количеством сотрудников, занятых составлением и редактированием корреспонденции для «Нью-Йорк Таймс» и подготовкой фото-материалов для «Дейли ньюс», что отделы информации во всех других газетах выглядят убогими заведениями бедных родственников.

В качестве отправного пункта в нашем ознакомлении с жизнью газеты мы можем взять вопрос о том, как поставлено в крупной газете дело подготовки фотоматериалов. Этот процесс столь же показателен для характеристики газетного дела, как и процесс собирания информации. Вот, например, как организует газета «Дейли ньюс» подготовку материалов для одного только фотоочерка о чемпионате борцов тяжелого веса в «Мэдисонсквер гарден». фоторедактор и одиннадцать фотографов приезжают в «Мэдисон-сквер» за несколько дней до матча и на месте во всех деталях разрабатывают план съемок. В день матча к их группе прибавляется еще три помощника, на обязанности которых лежит подавать им осветительные лампы и выносить катушки заснятой пленки к подъезду, где ждут наготове три дежурных мотоциклиста, немедленно доставляющих пленку в фотолаборатории «Дейли ньюс», с тем чтобы в каждом новом выпуске были помещены самые последние снимки. Когда вернулась домой 82-я авиадесантная дивизия, «Дейли ньюс» послала двадцать фоторепортеров для «освещения» этого события. В газете были опубликованы только двадцать три фотографии, но пробных снимков, из которых фоторедакторы отобрали эти двадцать три фотографии, было четыреста пятьдесят. Помимо фотоинформации о событиях по всей стране, которую «Дейли ньюс» получает от главных фотоагентств, с рядом которых заключены особые контракты, она получает материалы от сорока собственных фотокорреспондентов! Естественно, что для обработки и технического оформления этого первичного материала содержится целая армия фоторедакторов, художественных редакторов, ретушеров и весьма внушительный технический аппарат. Однако газета идет на все эти грандиозные расходы не из пустого тщеславия; с меньшим аппаратом она не могла бы рассчитывать на то, что ей удастся выдерживать конкуренцию и сохранять свое положение крупнейшей ежедневной газеты в Соединенных Штатах. Цена, которую она платит за содержание этого огромного аппарата по подготовке фотоматериалов, — это плата за прямой доступ к крупнейшей аудитории в стране. Газета тратит миллионы долларов на то, чтобы заставить читателя задержать взгляд на какой-нибудь опубликованной ею фотографии, но, добившись этого, она уже овладела всем его вниманием.

Каждый, кто хочет иметь возможность вернуть свое слово в общий разговор — а именно в этом цель нашей борьбы за свободу печати, — должен располагать средствами, чтобы платить за это соответственно.

«Нью-Йорк Таймс», так же как и «Дейли ньюс», — газета с массовым тиражом, и поэтому, в конечном счете, они конкурируют друг с другом. Я говорю «в конечном счете» потому, что внешних, лежащих на поверхности признаков этой конкуренции немного. Очень немногим читателям «Нью-Йорк Таймс» придет в голову просматривать «Дейли ньюс», за которой закрепились репутация «неглубокой» газеты, и у очень немногих постоянных читателей «Дейли ньюс» хватит терпения прочитывать всю массу подробнейших сообщений и комментариев, помещаемых в каждом номере «Нью-Йорк Таймс». И тем не менее эти газеты, в конечном счете, конкурируют друг с другом, сражаясь за то, чтобы привлечь на свою сторону внимание американского читателя. «Дейли ньюс» применяет быстро действующий метод поверхностной обработки и, предъявляя менее строгие требования к своим читателям, может отвечать запросам более широких кругов. «Нью-Йорк Таймс», не стремящаяся удовлетворить аппетиты многих, рассчитана на избранный круг читателей, которых она крепко держит и целиком подчиняет своему влиянию. Конкуренты молчаливо договорились работать «на противоположных сторонах улицы». «Дейли ньюс» влияет непосредственно на читательские массы; «Нью-Йорк Таймс» влияет на тех, кто сам пользуется влиянием. Поэтому у каждой из этих газет своя особая техника и свои особые методы. Излюбленное орудие «Дейли-ньюс» — фотоснимок; излюбленное орудие «Нью-Йорк Таймс» — слово.

Миллионы слов непрерывным потоком текут в отдел информации газеты «Нью-Йорк Таймс». Здесь целая батарея телетайпов принимает телеграммы, поступающие от Ассошиэтед Пресс и Юнайтед Пресс — двух крупнейших информационных агентств США. Гигантская, охватывающая весь мир сеть отделений этих агентств и имеющиеся в их распоряжении средства собирания информации делают их тем главным резервуаром, из которого черпает информацию американская печать. Некоторые газеты пользуются услугами одного из этих агентств, другие — обоих; есть также газеты, которые обслужива-

ются третьим, менее значительным агентством — Интернэйшнл Ньюс Сервис, которое принадлежит Херсту «Нью-Йорк Таймс» получает информацию не только от Ассошиэйтед Пресс и Юнайтед Пресс, но в общей сложности от девятнадцати агентств! В их числе вы можете обнаружить агентства, являющиеся, по существу, полуофициальными информационными организациями той или иной страны, или агентства, подобные английскому агентству Рейтер, занимающему привилегированное положение во всей Империи.

В «Нью-Йорк Таймс» стекаются передаваемые по телеграфу корреспонденции из всех столиц мира, где газета имеет свои бюро в составе трех или более сотрудников (Лондон, Париж, Токио, Берлин, Рим) или одного постоянного корреспондента (как, например, в Москве). Газета имеет более ста собственных корреспондентов за границей. Кроме того, она содержит штатных корреспондентов в столицах более мелких европейских стран и в крупных странах остальных частей света. Их телеграммы из Азии, Африки и Южной Америки, а также иностранная информация, поступающая от различных агентств, буквально затопляют редакцию

Другой мощный поток слов передается телеграфом из внутренних источников информации. Помимо корреспонденции, посылаемых агентствами, информация поступает из отделений, которые «Нью-Йорк Таймс» имеет в Олбэни, Бостоне, Филадельфии, Детройте, Чикаго, Сент-Луисе, Чаттануге, Сан-Франциско, Лос-Анжелосе и, конечно, в Вашингтоне, а также от штатных корреспондентов «Нью-Йорк Таймс» в четырехстах городах Америки. Только в Вашингтоне имеется двадцать репортеров, работающих под руководством главного вашингтонского корреспондента газеты. В отделе городских новостей работает сто пятьдесят репортеров, и подготавливаемая ими информация — это новый нескончаемый поток слов. В сферу их деятельности входит Нью-Йорк и район Большого Нью-Йорка. За некоторыми из них закреплены постоянные «боевые» объекты (Сити-холл, полицейское управление и др.), другие работают в таких специальных областях, как политика, профсоюзы, наука, авиация; и при этом остается еще пятьдесят пять репортеров для «заданий общего характера», которым поручают освещать возникающие в течение дня события.

Около дюжины специализированных отделов также имеют свой собственный штат. Один только спортивный отдел насчитывает в своем штате двадцать девять человек, отдел редакционных статей — семь. Кроме того, в газете существуют отделы: театральной хроники, книжных обозрений, кино, Уолл-стрита, деловой жизни, светской хроники, радио, недвижимого имущества, некрологов, искусства и т. д. А воскресное издание «Нью-Йорк Таймс» имеет свой особый, полностью укомплектованный штат, причем в одном только отделе «Обзор событий за неделю» работает девять человек.

Информация в форме специальных выпусков для печати, в форме писем, в форме срочных сообщений с мест, переданных по телефону, — вся эта информация вливается в общий поток. Целая армия сотрудников редакции — редакторы, отбирающие материалы, редакторы, комбинирующие сообщения и придающие им должную форму, помощники редакторов, отвечающие за стилистическую правку статей и сочиняющие заголовки, технические метранпажи, планирующие полосы, — все они непрерывно заняты тем, что сортируют и обрабатывают миллионы слов, пока, наконец, количество слов не доходит до средней нормы для одного номера газеты — 200 тысяч слов.

Я не рассматриваю эту книгу как пособие по журналистике и поэтому не буду углубляться в подробности процесса обработки информации, исходя из того, что в данный момент нас этот вопрос не интересует. Того, что мы видели и выяснили, вполне достаточно для определения основной функции редакционного аппарата в той мере, в какой это нужно для нашей цели. Эта функция состоит в доставке и обработке сырья, необходимого для изготовления газеты на газетной фабрике.

Товар, предлагаемый издателем для продажи, фигурирует на рынке как информация о событиях. Сырье, из которого изготавливается этот товар, бывает двух видов: описание самих событий и участников этих событий (слова) и непосредственное изображение событий и их участников (фотоснимки). Если вы хотите получить аудиторию, которая бы вас слушала, вы должны быть достаточно сильны для того, чтобы конкурировать с газетами, уже занявшими прочное положение на рынке. Но вы не выдержите этой конкуренции, если не будете иметь

в своем распоряжении каких-то определенных ресурсов слов и фотоматериалов, то есть необходимого минимума сырья. Это значит, что вы должны иметь специальный аппарат, то есть штат оплачиваемых сотрудников, для обработки сырья и для превращения его в законченный продукт, не уступающий по своему качеству тому, который потребитель может приобрести в «Дейли ньюс» или в «Нью-Йорк Таймс». Вы — или наш предполагаемый рабочий или группа рабочих, возымевшие желание издавать газету,— пока что ознакомились только с первым этапом этого процесса — с подготовкой сырья. Но даже при таком беглом обзоре сложнейшая операция, именуемая изданием газеты, предстает перед нами как грандиозный производственный процесс, требующий привлечения в очень больших масштабах наемных «рабочих рук» и приобретения огромного количества дорогостоящего сырья. Отсюда вывод, что за это предприятие может браться только тот, кто располагает фантастической суммой денег.

Какой именно? Стоит только заговорить о долларах и центах, как г-н Аткинсон шарахается в сторону, как будто его ужалила оса. Но именно в этом и состоит защищенная никакими покровами суть вопроса, и если г-н Аткинсон не хочет говорить о деньгах, то его босс совсем не так щепетилен и всегда готов говорить о них'

#### *Глава двенадцатая*

#### **МЕЛКОТА - В СТОРОНУ**

Г-н Артур Хейс Сульцбергер не хвастался. Он просто вел деловую беседу со своими коллегами-издателями, когда назвал как раз те цифры, которые мы ищем. В речи, опубликованной в журнале «Эдитор энд паблишер» за 5 апреля 1947 года, Сульцбергер сказал, например, что в издании газеты «Нью-Йорк Таймс» принимает участие 3 750 человек и что поэтому ему каждую неделю приходится выплачивать им более 275 тысяч долларов жалованья, и вряд ли следует опасаться, что г-н Сульцбергер уклонился от истины, когда в этом же выступлении он «признал, что имеются веские основания для беспокойства в связи с утверждениями о все разрастаю-

шейся монополии» и «подтвердил, что пресса превратилась в большой бизнес».

Но если Сульцбергер не назвал других данных о расходах на издание газеты, мы можем произвести оставшиеся подсчеты и без его помощи. Газетная бумага — это статья расхода, требующая примерно таких же грандиозных затрат, как и содержание штата. В небольшой газете расходы на приобретение газетной бумаги отстают от расходов на подготовку материалов к печати. Но это свидетельствует лишь о том, что, ввиду слабости ее позиций в конкурентной борьбе и в связи с ее ограниченным тиражом, такая газета вынуждена тратить на подготовку материалов для своих жалких пяти тысяч экземпляров столько же, сколько крупная газета платит за работу, которая, в конечном счете, будет оправдана выпуском нескольких сотен тысяч или даже нескольких миллионов экземпляров каждого номера. Однако для того, чтобы отпечатать номер газеты пятитысячным тиражом, вам понадобится не очень много бумаги, тогда как для издания «Нью-Йорк Таймс» или «Дейли ньюс» нужно огромное количество бумаги. Таким образом, расходы на бумагу в небольшой газете составляют не более 15 процентов общей суммы расходов, но они достигают 37 процентов в газетах с тиражом в 400 тысяч и более экземпляров, как это следует из данных сенатской комиссии по делам мелких предприятий.

Что касается «Нью-Йорк Таймс», то нам не следует особенно затруднять себя и стремиться заполучить процентные данные; в нашем распоряжении имеются достаточно точные данные в абсолютных цифрах. Газета сама сообщает, что ее ежедневная норма потребления бумаги достигает 190 тонн, а на издание воскресного номера расходуется 1 500 тонн. Учитывая, что по нынешним ценам тонна бумаги стоит 126 долларов, получается, что «Нью-Йорк Таймс» расходует только на бумагу около одной трети миллиона в неделю!

Но это еще далеко не все. Указанные две статьи расхода, конечно, самые крупные. Их размерами определяется в основном общая сумма затрат на издание газеты, но естественно, что все расходы газеты ими не исчерпываются. Если исходить из того расчета, что в крупной газете расходы на газетную бумагу составляют одну треть общей суммы расходов, мы сможем примерно вычислить,

какова же эта общая сумма. На издание газеты «Нью-Йорк Таймс» каждую неделю расходуется миллион долларов!

Не правда ли, довольно трудно представить себе нашего мифического рабочего получающим в банке кредит на такую огромную сумму? И не поможет ли это нам понять, почему даже такие крупные и мощные «группы рабочих», как Американская федерация труда или Конгресс производственных профсоюзов, не имеют своей ежедневной газеты? Или почему в Соединенных Штатах нет ни одной ежедневной газеты, которая представляла бы точку зрения профсоюзов и обладала бы достаточными средствами, чтобы вступить в конкурентную борьбу за массовость распространения? Или почему 14 миллионов негров, которым есть что сказать и чьи законные интересы должны были бы найти свое отражение в печати, также не могут осилить издания ежедневной газеты, которая могла бы сравниться «не с «Нью-Йорк Таймс» или «Дейли ньюс», нет, а хотя бы с какой-нибудь менее крупной столичной газетой?

Если мы вздумаем заняться несколькими случаями «исключений» из этого правила, мы убедимся, что эти «исключения» послужат лишь дополнительным подтверждением действия этого правила. Единственная сохранившаяся в настоящее время некоммерческая газета, которая ухитряется существовать более двадцати лет, — это «Дейли уоркер». Это очень небольшая по формату газета, располагающая очень ограниченным местом для печатания материалов. Существует она не потому, что может хоть в какой-то мере серьезно конкурировать с коммерческими ежедневными газетами, и не потому, что ей когда-либо удавалось достичь солидного тиража, а лишь в результате того, что ее небольшой круг читателей не только подписывается на нее, но и берет на себя все расходы по покрытию ее дефицита. Читатели «Дейли уоркер» постоянно жалуются на недостатки своей газеты. Но, возмущаясь тем, что рабочие-радикалы (а даже в США есть, безусловно, по крайней мере, несколько сот тысяч человек, относящихся к этой категории) не могут издавать хотя бы одну собственную первоклассную ежедневную газету, они помогают финансировать и распространять «Дейли уоркер». Газета существует, но она не может выйти из узкого круга своих читателей. А в ны-

нешних условиях вообще сомнительно, чтобы газете с коммунистическими связями — часть редакторов «Дейли уоркер» уже заключена в тюрьму — разрешил выходить в течение еще сколько-нибудь длительного времени.

Другое «исключение» приводит к тем же доказательствам, хотя и иным путем. Профсоюз типографских рабочих — самая сильная из организаций печатников — недавно взялся за издательское дело. Печатники, безусловно, кое-что знают о печати, и то, что им известно, вызывает у них глубокое возмущение. На празднике в Цинциннати, устроенном по случаю сотой годовщины Профсоюза типографских рабочих, его председатель Рандольф коснулся в своем выступлении вопроса о готовившемся тогда слиянии «Цинциннати инкуайрер» с «Таймс стар». По существу, это означало ликвидацию первой газеты, причем ее работники оказались бы выброшенными на улицу. Во всей этой истории работников газеты больше всего возмущало явное нежелание владельцев газеты «Цинциннати инкуайрер» продать ее своим служащим на приемлемых условиях. Ее владельцы предпочитали закрыть газету!

«Газетная промышленность чрезвычайно разрослась и стала очень мощной отраслью промышленности, — заявил Рандольф, коснувшись этого вопроса в своем выступлении. — В ее власти определять жизненный уровень и судьбы 90 тысяч членов нашего союза. Это промышленность, которая может вступить в конкуренцию даже с самим правительством». (Нью-Йорк Таймс», 5 мая 1952 года).

Однако опубликованная до этого программа союза в области издательской деятельности (см. «Нью-Йорк Таймс» от 14 июля 1951 года) отнюдь не предусматривала борьбы против силы, с жалобами на которую этот союз выступал. Правда, в программе упоминалось, что предполагается издание девяти газет, предпринимаемое в качестве попытки «сохранить свободу информации» и «разрушить поднимающуюся все выше стену монополий в области печати» путем создания «конкурирующей прессы в тех пунктах, где уже установилась власть газетных монополий». Но между этими смелыми словами и практическими мероприятиями, указанными в программе, — глубокая пропасть. Все газеты, которые предполагалось издавать согласно этой программе, были запланированы

как ежедневные газеты небольших провинциальных городов с кругом читателей не более чем в 8—10 тысяч человек. Такие газеты никак не могли бы пробить даже самой незначительной брешы в линии укреплений монополистической печати, потому что большая пресса разместила свои базы во всех крупных городах. Благообразие — лучшая сторона мужества. Газеты, созданные союзом, предусмотрительно открыли огонь вдаль от линии фронта, за пределами радиуса действия больших орудий, — в отдаленных провинциальных городках, где они могли надеяться, что им удастся укрыться от сокрушительных ударов, наносимых столичными газетами в жесткой конкурентной борьбе.

Суть дела в том, что Профсоюз типографских рабочих преследовал ограниченную цель, которая сформулирована в заключительной части программы следующим образом: «Обеспечить сохранение условий существования союза». Необходимо иметь в виду, что речь идет об условиях существования *особого* союза, так как проблемы наборщиков — это проблемы особого рода. Их наниматели имеют отдельные соглашения с другими союзами работников различных отраслей газетной промышленности — с союзами печатников, граверов, стереотипистов. Если эти союзы или их члены поддерживают наборщиков, последние могут не бояться новых машин. Так, например, в Нью-Йорке наборщики объявили забастовку против компании газеты «Джорнэл оф коммерс», а рабочие других механических цехов отказались перейти линию их пикетов и выйти на работу вместо бастующих. В результате наниматели не смогли продиктовать забастовщикам свои условия. Однако часто случается, особенно (но не исключительно) в небольших коллективах, где профсоюзная солидарность развита слабо, что другие союзы не поддерживают наборщиков. Так случилось в Чикаго. Поэтому в течение нескольких месяцев, пока длилась забастовка наборщиков, большинство чикагских газет продолжало выходить без перебоев. Издатели имели возможность продолжать выпуск газет, заменив нормальный набор «варитайнерным» до тех пор, пока другие рабочие продолжали работать. Внешний вид газет был значительно хуже, чем при обычном наборе, но это было много лет назад, когда техника, имевшаяся в распоряжении издателей, была сравнительно примитивной.

Однако за последние десять лет стали выпускать чрезвычайно эффективные машины, которые выступают в качестве неодоушевленных конкурентов живых рабочих.

Теперь, когда наборщики бастуют, рулон бумажной ленты заменяет целый штат рабочих. Где-то за тридцать земель оператор ударяет по клавише подобно тому, как это делаете вы, когда печатаете на пишущей машинке. В редакции газеты, в комнате, где установлены телетайпы, вы принимаете ленту с текстом сообщения, которое передал оператор. Такая лента не похожа на ленту обычного телетайпа с отпечатанным, как на машинке, текстом; она представляет собой узкую ленту с наколотыми отверстиями, как это делается в книгах, издаваемых для слепых. Эту ленту помещают в автоматическую электрическую наборную машину, которая сама набирает лист, выполняя, таким образом, работу бастующего рабочего. Эти машины, внушающие чувство страха рабочим наборных цехов, принято называть «наборщиками». Это не просто машины, которые можно использовать для борьбы с забастовками: такие машины могут без особого труда окончательно вытеснить из газетной промышленности живого наборщика. Агентство Ассошиэтед Пресс, например, недавно начало снабжать целый ряд своих клиентов на юге страны подобными машинами. Это вполне определившаяся тенденция, и именно она явилась действительной причиной, побудившей союз наборщиков принять решение об издании девяти собственных газет.

Как все это далеко от подлинной конкуренции с издательскими компаниями! Как это мало похоже на серьезный вывоз печати, защищающей интересы нанимателей! Никто не возьмется утверждать, что создание этих газет знаменует собой зарождение печати, отражающей точку зрения рабочего класса или просто объективную точку зрения. Но печатники лучше чем кто-либо другой разбираются в денежной стороне издательского дела; они слишком хорошо знают его, чтобы думать, что можно набрать денег для создания такого издательства, которое могло бы конкурировать с владельцами компаний и сражаться с ними на территории, выбранной ими самими.

Эти «исключения» служат одновременно ответом и на другое возможное возражение. Мы взяли для примера «Нью-Йорк Таймс», и нам могут сказать: «Зачем

вам обязательно издавать газету таких же масштабов, как «Нью-Йорк Таймс»? Что ж, это верно, но к делу не относится. Ведь мораль тут очень простая: все решают деньги, а это значит, что вы сможете издавать газету только такого масштаба, какой в состоянии выдержать ваш карман. Отсюда и ваши позиции в конкурентной борьбе будут определяться тем, сколько у вас денег в банке, а значит, и свободы печати вам будет отпущено ровно столько, сколько ее можно приобрести за ваши деньги. Причем вы не получите ни грана этой свободы, если у нас нет возможности уплатить довольно крупную сумму. Вы не можете устанавливать свой собственный минимум. Ведь даже расходы на содержание уже налаженной ежедневной газеты достаточно велики, чтобы держать мелких сошек вне игры.

Но следует учесть, что мы говорили только о деньгах, которые надо иметь для выпуска газеты. А сколько их нужно, чтобы основать новую газету? И какие нужны средства для того, чтобы, приобретая уже функционирующую газету, или создавая новую, оплатить расходы на оборудование и помещение? Если надо располагать довольно крупной суммой, чтобы только поставить одну ставку, сколько же денег потребуется, чтобы вас впустили в игорный дом?

#### *Глава тринадцатая*

### **ВЕСТИ ИГРУ МОЖЕТ ВСЯКИЙ**

Когда радиосатирик Генри Морган заявил, что основать газету может любой человек, обладающий честолоубием, честностью и... десятью миллионами долларов (причем Генри Морган тут же добавил, что честность в данном случае даже не обязательна), — предполагалось, что он просто пошутил. Но выдающийся американский журналист покойный Освальд Гаррисон Виллард, унаследовавший имя, широко известное в истории журналистики Соединенных Штатов, был далек от шуток, когда утверждал, что ни одному человеку не придет в голову мысль начать издавать газету, если у него в банке лежит меньше десяти или пятнадцати миллионов долларов. Прошлым летом восемьсот пятьдесят сотрудников газеты «Цинциннати инкуайрер», чтобы сохранить работу, дол-

жны были купить свою газету, причем им надо было заплатить за нее свыше 7 500 тысяч долларов, которые была готова заплатить газета «Таймс стар» с целью ликвидировать своего конкурента — газету «Цинциннати инку-айрер».

История о том, как была совершена покупка газеты, не имеет непосредственного отношения к рассматриваемому вопросу, однако один или два факта, взятых из сообщения агентства Ассошиэйтед Пресс из Чикаго от 30 сентября 1952 года, помогут выявить характер крупного бизнеса, присущий деятельности современных газет. Сотрудникам «Цинциннати инкуайрер» в их борьбе против ликвидации еще одной американской газеты оказала поддержку «Портсмут стил Компани», поэтому 6 июня 1952 года им удалось купить газету у ее владельца Джона Маклина. Живым удалось спасти газету от смерти. Однако мертвая рука капитала продолжала давить на газету. Большую часть денег, которые надлежало выплатить сталелитейной компании, надо было получить в банках. Сотрудники сами сумели сколотить 900 тысяч долларов из собственных средств; остальные жители города Цинциннати собрали еще миллион долларов, а чикагский банк «Хелси — Стьюарт» выпустил заем на сумму в 6 миллионов долларов. Из этой последней суммы сотрудники в действительности получили лишь 5 793 263 доллара 89 центов. Они смогли, таким образом, вернуть долг сталелитейной компании, за исключением 250 тысяч долларов «комиссионных», которые причитается уплатить 30 октября. Нам, беднякам, пытающимся вмешаться в дела богачей, приходится платить втридорога за свою дерзость. Будущее покажет, сможет ли продержаться газета на такой шаткой финансовой основе, или же ее сотрудники потеряют 900 тысяч долларов, свою газету, а вместе с ней и работу. Во всяком случае, они довольны, что сумели вырвать газету из рук конкурента — «Таймс стар». На это потребовалось «всего-навсего» 7 850 тысяч долларов!

Такие газеты, как «Дейли ньюс» или «Нью-Йорк Таймс», нельзя приобрести ни за какие деньги. Если бы они и продавались, то о приобретении их не следовало бы даже мечтать, обладая 7 500 тысячами долларов или даже вдвое большей суммой, что, по расчетам Вилларда, минимально необходимо для покупки газеты. Одно толь-

ко здание «Дейли ньюс» — красивый тридцатишестиэтажный белый дом — стоит 10 миллионов долларов. Я не знаю, сколько стоит старое здание газеты «Нью-Йорк Таймс», являющееся одной из достопримечательностей Нью-Йорка, однако за один лишь участок, на котором оно расположено, пришлось бы заплатить внушительную сумму. А по ту сторону Бродвея, возвышаясь над 43-й улицей, находится просторное, заново оборудованное дополнительное здание, в котором фактически и выпускается газета. В этих зданиях газет «Дейли ньюс» и «Нью-Йорк Таймс» находится сложное и дорогостоящее оборудование, необходимое для издания газеты, без которого никак не обойтись, если бы мы захотели осуществить на практике свободу печати. Посмотрим, что представляет собой типография, где обрабатывается «редакционный оригинал», прежде чем он будет отпечатан на газетной бумаге. А пока мы рассматриваем машины, не забудьте взглянуть на ярлыки, на которых указана цена этих машин!

Начнем с газеты «Дейли ньюс» и ее излюбленного материала — фотографий. Тысячи фотографических снимков выходят из сорока темных комнат, в которых работают собственные фотографы газеты, а также из ее сложных лабораторий и студий для обработки цветных фотографий. На столе редактора отдела иллюстраций они смешиваются с тысячами других фотографий, поставляемых из фотоагентств. Редактор их тщательно просматривает, отбирает и направляет понравившиеся ему снимки (в значительно большем количестве, чем то, что действительно используется газетой) в цинкографию.

Работа цинкографа заключается в том, чтобы перенести поступивший к нему материал: фотографии, оригиналы рисунков для «комиксов», карикатуры на металлические пластины-клише. Прежде всего необходимо переснять фотографии. Для этой цели «Дейли ньюс» располагает шестью или семью огромными лентопленочными фотокамерами—машинами, похожими на частные склепы. Сходство со склепом возникает из-за специального темного помещения, находящегося при каждой камере. Такая камера стоит от шести до семи тысяч долларов. Каждое приспособление надо оплачивать особо. Например, за специальные ванны с охлаждаемыми хранилищами для темных помещений камеры нужно дополнительно заплатить четыре или пять тысяч долларов

Фотография или полоса «комикса» выходит из темного помещения лентопленочной камеры в виде изображения на стеклянной пластине. После обработки в ваннах с различными химическими веществами и покрытия соответствующими составами) пластина готова к следующему переснятию, на этот раз на металл. Нечего и говорить, что этот процесс опять-таки требует дорогих машин — вращателей, инфракрасных вращателей, ванн покрытия. Если надо воспроизвести четырехцветный «комикс», каждую операцию приходится повторять четыре раза, прежде чем изображение будет подготовлено для перенесения на цинковые или медные клише.

Когда металлическая пластина готова для отправки в гравировальное отделение, гравер опускает его в кислотную ванну, для того чтобы выступили контуры рисунка или фотографии. Затем с помощью электрического фасоннофрезерного станка он обрабатывает пластину до тех пор, пока желаемое изображение не примет вид рельефа. Покупка шести фасоннофрезерных станков с их комбинацией охладителей, которые имеются в «Дейли ньюс», влечет за собой расход еще в 20 тысяч долларов. Кроме этого, нужна всякая мелочь: рамки для печатания, ножи для обрезания цинковых клише, называемые гильотинами, машины для изготовления оттисков, в том числе дорогостоящая машина для цветных оттисков, что дополнительно увеличивает стоимость оборудования этого отдела.

Когда работа гравера завершена, пластина или клише поступает в наборное отделение. Здесь за дело принимается верстальщик, который сверстывает воедино тексты и иллюстрации (все на металле), составляющие одну страницу. Так как верстальщик не может приступить к работе, пока материалы, вышедшие из отдела информации, не будут набраны, прервем рассказ о фотографиях и вернемся к рассказу о «сообщениях».

Материал редакции идет в наборное отделение в виде написанного на машинке «оригинала», то есть обычного текста на бумаге. Задача наборного отделения — превратить «оригинал» в набор, то есть превратить слова на бумаге в слова на металле. Написанный на бумаге текст разрезается и распределяется между операторами ряда машин, которые установлены в наборном отделении. Эти машины, работающие от клавиатуры, называются лино-типами. Они набирают оригинал в металлические строки.

Сколько же стоит эта батарея наборных машин? Все зависит от разнообразия шрифтов. Обладая большим количеством шрифтов, вы можете сделать свою газету привлекательной внешне и удобочитаемой. Конечно, каждый шрифт должен быть нескольких размеров. Если четыре шрифта даются в шести размерах, то линотип имеет двадцать пять комплектов шрифтов. Каждый дополнительный комплект требует новых расходов. Поэтому небольшая газета обходится без дополнительных шрифтов, а линотипы в газетах «Нью-Йорк Таймс» и «Дейли ньюс» имеют от двухсот до трехсот комплектов шрифтов каждый. Таким образом, по самым скромным расчетам, каждая машина обходится в 10 тысяч долларов.

А сколько же должно быть машин? Здесь действует тот же принцип: если вы бедны, вы перебиваетесь с несколькими потрепанными линотипами, а может быть, и с одним. Вы выпускаете жалкий газетный листок и рады, что кое-как существуете. О конкуренции не может быть и речи. «Дейли ньюс» и «Нью-Йорк Таймс» в ином положении. «Дейли Ньюс» имеет шестьдесят линотипов, а «Нью-Йорк Таймс» — восемьдесят. Это значит, что они обошлись «Дейли ньюс» в 600 тысяч долларов, а «Нью-Йорк Таймс» — в 800 тысяч. Если такая огромная сумма затрачена только на линотипы, то ясно, что оборудование первоклассного наборного цеха стоит примерно миллион долларов.

Прежде чем перейти к следующему процессу, мы должны вначале покончить с наборным цехом. Набор, сделанный линотипом, и клише из цинкографии попадают теперь на столы наборного цеха. Глядя на составленный редактором план, или «макет», верстальщик складывает материал так, как он должен выглядеть в напечатанном виде, то есть набирает содержание одной стандартной страницы «Нью-Йорк Таймс» или двух страниц меньшего формата — первой и последней — «Дейли ньюс». Стереотипные наборы и клише, из которых складывается содержание страниц, заключаются в металлическую раму, называемую формой. На этом работа верстальщика заканчивается, и к делу приступает стереотипист.

Итак, в металле страница набрана. Теперь дело за типографской краской, и можно начинать печатание. Однако при таком способе получается плоская страница. Имеются, правда, плоскочечатные машины, но они рабо-

тают недостаточно быстро и не могут печатать за ночь по несколько миллионов страниц, которые требуются в современной газетной индустрии. В наше время применяются скоростные печатные машины — ротационные машины. В них имеются вращающиеся цилиндры, на которые устанавливаются изогнутые металлические наборы. Необходимо каким-то образом придать набранной в плоском виде странице полукруглую форму.

Эту проблему можно разрешить следующим образом: превращением бумажной страницы в металлическую, а затем последующим превращением ее в бумажную! Задача состоит в том, чтобы получить гибкий оттиск, который вначале накладывается на плоский набор, чтобы на нем остался отпечаток, а затем выгибается и принимает требуемую форму. Для этой цели берется лист сырого картона — папье-маше такого типа, который используется для изготовления карнавальных масок. Картон плотно укладывается на набор и пропускается через пресс-машину, где прижимается к набору давлением в 2 200 фунтов на квадратный дюйм. На снятом из-под пресса картоне можно прочитать текст и увидеть рельефное изображение. Это уже готовая матрица, которую в Америке принято называть «мат». Сырая матрица поступает в формующую вакуум-машину, откуда она через несколько секунд выходит изогнутая и сухая, готовая к заливке металлом.

На этой стадии производственного процесса применяются гигантские стереотипно-литейные машины. В них на изогнутую поверхность бумажного оттиска или матрицы под давлением расплавленный металл; через минуту получается соответствующим образом изогнутая пятидесятифунтовая отливка. Машины должны работать быстро, так как дела много. Допустим, что в сегодняшней газете восемьдесят страниц. Каждый стереотип — одна страница, следовательно, всего требуется восемьдесят стереотипов. Но ведь газету одновременно печатает двадцать одна печатная машина, поэтому каждую страницу нужно отлить двадцать один раз. Итак, двадцать один надо умножить на восемьдесят. Учитывая переливки, поправки и последние известия, «Нью-Йорк Таймс» за ночь отливает около 2 тысяч стереотипов — 100 тысяч фунтов литья.

Для этого требуется десять стереотипно-литейных машин по 32 тысячи долларов каждая. Каждой машине

нужен аппарат для зачистки, стоящий 18 тысяч долларов. Итак, 50 тысяч, помноженные на десять, дают полмиллиона долларов только для одного наборного цеха. Кроме того, необходимо большое количество вспомогательного оборудования, которое в общем обойдется в солидную сумму, ибо пять газовых печей для переплавки стереотипов стоят, например, по 10 тысяч долларов каждая. Полагаю, что на самое необходимое оборудование для изготовления стереотипов потребуется солидная сумма в 500 тысяч долларов.

Наконец, мы подошли к концу процесса — к печатанию газеты в печатном цехе. Стереотипы подаются туда при помощи конвейера. Затем все они в количестве 1 680 закрепляются на цилиндрах ротационных машин.

На каждом цилиндре размещается восемь стереотипов — четыре по ширине цилиндра и два в длину. Итак, десять цилиндров каждой машины отпечатают семьдесят страниц сегодняшней газеты.

Концы огромных рулонов газетной бумаги вставляются в машину, образуя сложные изгибы, и выходят из нее в виде длинной непрерывной ленты (отсюда название современной печатной машины — ленточная машина). Включается мотор, и машины заработали. Газетная бумага пробегает через машины, прижимаясь к цилиндрам сперва одной, потом другой стороной, со скоростью свыше двухсот футов в минуту и выходит из них в виде готовой газеты. Каждая машина — в газете «Нью-Йорк Таймс» работают самые дорогие машины марки «Уайз Вуд» — отпечатывает 50 тысяч экземпляров газет в час. В общей сложности двадцать одна машина теоретически способна отпечатать свыше миллиона экземпляров газет в час.

Чтобы отпечатать около 60 тысяч газетных страниц, требуется рулон бумаги весом в три четверти тонны. Чтобы процесс печатания не прерывался, когда кончится рулон, автоматический склеиватель прикрепляет начало нового рулона к концу старого. Таким образом, лента газетной бумаги движется непрерывно, а печатные машины даже не замедляют работы.

Такие печатные машины являются символом и тайной современной газетной промышленности. Вам не возбраняется беседовать на улице, вы можете распространять новости и мнения, излагая их письменно на обычном ли-

сте бумаги или при помощи методов XVIII века, но таким путем вам не удастся донести их до широкой публики, и пользоваться свободой печати вы не будете. Ленточная печатная машина не только увеличила количество выпускаемых ежедневно газет, но и внесла качественные изменения в издательское дело. Появление в девяностых годах прошлого столетия ленточной машины, линотипов и фото-гравировального процесса сделало возможным массовые тиражи, обеспечив тем самым небольшому числу ораторов широчайшую аудиторию. Чтобы вас услышали, вы должны вступить в конкуренцию за массовый тираж. У вас должны быть ленточные машины, вам необходим сложный производственный комбинат, подобный тем, какие имеют газеты «Нью-Йорк Таймс» и «Дейли ньюс».

Сосчитайте, сколько печатных машин марки «Госс» имеется в «Дейли ньюс» девяносто две машины для одноцветной печати плюс ротационные гравировальные машины и машины для многоцветной печати. Машина «Госс» с восемью узлами, фальцующим устройством, приспособлениями для подачи типографской краски, моторы и т. д. стоят около 300 тысяч долларов. Девяносто две машины газеты «Дейли ньюс» эквивалентны двадцати трем машинам с восемью узлами. В целом все это обойдется немногим меньше 7 миллионов долларов по основной цене. Но обычные печатные машины не снабжены оборудованием для размотки, приспособлениями для натяжения бумаги и автоматическими склеивателями, а все это необходимо иметь на каждой машине. Стоимость такого оборудования для каждой машины превышает 10 тысяч долларов, а на все машины требуется около миллиона долларов. Добавьте к этому стоимость специально сооруженной конвейерной системы — например, миниатюрных железных дорог, используемых для доставки тяжелых рулонов газетной бумаги, — а также стоимость типографской краски, ротационных машин и т. д. и тогда вполне можно оценить стоимость оборудования подобного печатного цеха кругленькой суммой в 10 миллионов долларов!

Итак, издательствам «Нью-Йорк Таймс» и «Дейли ньюс» удастся выпускать свои газеты большим тиражом, предопределяющим огромное влияние этих газет. «Нью-Йорк Таймс» читает ежедневно свыше полумиллиона человек, а по воскресеньям — более миллиона. Газету

«Дейли ньюс» читает каждый день более двух с половиной миллионов человек, а ее воскресный выпуск — четыре с половиной миллиона. Чтобы распространять такой тираж, нужны дополнительные затраты «Дейли ньюс» имеет сто пятьдесят три грузовика, обеспечивающие доставку газеты в газетные киоски и к поездам, тридцать четыре пассажирских вагона, три самолета и целый парк мотоциклов.

Каждое новое достижение влечет за собой и новые потребности, расширяет объем предприятия, увеличивает сумму капиталовложений, необходимых для того, чтобы вести дело в масштабах, требуемых не зависящими от нашей воли обстоятельствами. Если сложить приблизительные издержки на всех этапах производства, мы получим искомую цифру. Общая сумма будет равна цифрам, указанным в шутивном заявлении Моргана и в серьезных расчетах Вилларда, вместе взятым. Для издания первой-классной ежедневной газеты в Соединенных Штатах требуется типография и оборудование, стоимость которых обойдется в 25 миллионов долларов!

Однако газету «Нью-Йорк Таймс» не купишь и за указанную сумму. Если бы она продавалась, вам бы пришлось заплатить также за репутацию и клиентуру газеты, за налаженность дела. Вам пришлось бы уплатить не только за само имущество, но и за предполагаемые доходы от предприятия, доказавшего свою способность приносить прибыль. Но таких расходов вам не удастся избежать даже в том случае, если вы возвратитесь к своей первоначальной идее — к созданию собственного предприятия. И здесь вам не обойтись 25 миллионами долларов. Их хватит лишь для оборудования издательства, а чтобы достичь нужного тиража, потребуются дополнительные суммы. Тираж газет «Нью-Йорк Таймс» или «Дейли ньюс» может обойтись вам в несколько сот миллионов долларов!

Я не хочу настаивать на этой максимальной цене, однако факт остается фактом: вы не можете приобрести газету, представляющую то, о чем мы с вами говорили (то есть газету, олицетворяющую собой свободу печати), менее чем за восьмизначную цифру. Но учтите, это не даст вам возможности развернуть свою деятельность в крупном городе. Самое большее, на что вы можете рассчитывать, это масштабы такого городишки, как Хэкен-

сэж в штате Нью-Джерси Кстати, предел ваших возможностей был установлен самым преуспевающим издателем этого городка. Говоря на жаргоне гангстеров, присущем свободным предпринимателям в тех случаях, когда они говорят между собой без посторонних свидетелей, он заявил.

*«Любой, кто захочет вытеснить меня из города, должен иметь 10 миллионов долларов, но даже в таком случае ему потребуется для этого десять лет».*

Вот истинная сущность нашей официально провозглашенной свободы печати. Бумага, на которой напечатана конституция, должна быть подкреплена бумажками, на которых напечатаны деньги, — только тогда ваше право на свободу печати сможет превратиться в действительную свободу печати. Согласно конституции, вы обладаете равными правами с издателем «Нью-Йорк Таймс» Сульцбергером или издателем «Дейли ньюс» Паттерсоном, однако в ней не уточняется, в чем именно вы равны. Закон предоставляет каждому гражданину право издавать газету, но в нем нет ни слова о таких «низменных» вопросах, как материальные условия. Если вам нравится покер, вы по закону имеете такое же право играть в него, как Паттерсон или Сульцбергер; в законе не говорится, конечно, что игру следует вести сообразно с вашим карманом. Закон не устанавливает правил, он лишь утверждает, что в игре могут принимать участие все. Закону нет никакого дела до того, что в результате эволюции покера, в который играют дельцы прессы, требуется вступительная ставка в 25 миллионов долларов. Закон не интересуется тем, где вы возьмете печатные машины, бумагу и деньги, чтобы оплатить счета.

Таким образом, между правом и высокой ценой, которую приходится платить за его осуществление, — огромная пропасть, поглощающая большинство из нас. Г-н Аткинсон может заявить, что мы не понимаем существа вопроса, поскольку мы проводим различие между действительной и официально провозглашенной свободой печати, но ведь продолжает же существовать огромная разница между бифштексом и просто правом кушать! В игре, которую ведут издатели, не принимает участия ни один рабочий или группа рабочих. Во всей нашей стране только несколько сот лиц сумели преодолеть пропасть между правом и средствами его осуществления, между офици-

ально провозглашенной свободой печати и истинными возможностями издавать серьезную газету, претендовать на независимую позицию и оказывать влияние на общественное мнение. Право на игру дано всем, однако ведут ее лишь несколько сот рук. По совпадению, которое трудно назвать странным, все игроки — мультимиллионеры. Свобода печати — я имею в виду действительную свободу печати — целиком принадлежит им.

Какова же в таком случае формальная свобода, оставшаяся для всех нас? Что она разрешает нам делать? О, мы же имеем право стоять вокруг карточного стола и наблюдать за игрой! Так вот что такое *наша* свобода! Формальная свобода печати позволяет нам также — если мы не боимся вызвать недовольство игроков — критиковать их игру. В нью-йоркском жаргоне существует издательский термин, обозначающий человека, наблюдающего за игрой и дающего непрошенные советы, — «болельщик» («кибицер»). Этот термин рождает в моем воображении образ мухи из басни: муха жужжала так сильно, что убедила себя в том, будто именно она, а не выбившаяся из сил лошадь, благополучно втащила воз на гору. Г-н Аткинсон может жужжать сколько ему нравится о свободе печати для всех американцев, все равно издавать газеты будут попрежнему миллиардеры. Согласно Биллю о правах, мы все равны, но когда речь идет о карточной игре — ни для кого не представляет труда отличить настоящих игроков от «болельщиков».

#### *Глава четырнадцатая*

#### **«БОЛЕЛЬЩИКИ»**

Не представляет труда? Нет, мы преувеличиваем. Ведь есть же г-н Аткинсон и г-жа Рузвельт. И я должен признаться, что г-н Аткинсон и г-жа Рузвельт представляют большинство, а я — меньшинство. Их иллюзии, по всей вероятности, разделяет большинство американцев, в противном случае не было бы никаких споров относительно свободы печати. Я проследил шаг за шагом, как современные средства массовой информации привели к созданию колоссальных газетных комбинатов, владельцами которых могут быть только очень богатые люди. Это выдвигает на передний план вопрос о частной соб-

ственности, но ведь никто никогда и не отрицал факта существования частной собственности. Большинство, представляемое Аткинсоном и г-жой Рузвельт, не считает что частная собственность, сконцентрированная в руках немногих, автоматически лишает большую часть населения свободы печати

Я утверждаю, что лишает, они же, что — нет. И наш спор может легко превратиться в перебранку двух мальчишек, твердящих один другому «Мой отец сумеет побить твоего отца». Если мы хотим сохранить спокойный тон дискуссии и извлечь из нее пользу, мы должны свести наши разногласия к элементам, которые можно доказать и разумно оспаривать. Если большинство пользуется свободой печати, несмотря на то, что она в руках незначительной кучки лиц, то чем именно пользуется эта кучка? Выразим нашу мысль более точно какое участие каждый из нас принимает в решениях о том, что следует и чего не следует печатать в газетах? Что может сказать владелец газеты об использовании его типографии? Какую долю выбора или ответственности предоставляет владелец газеты другим или в какой степени он вынужден делить ее с другими?

Я не собираюсь отвечать на эти вопросы Пусть на них отвечают владельцы прессы! Я ничего не добьюсь, заявив, что такого разделения функций не существует и в помине, что добыча принадлежит победителю, что шкуру получает тот, кому достается зверь, что владельцы задают тон, а мы пляшем под их дудку. Но если бы об этом заявили издатели и их ревностные защитники, то спору был бы положен конец

Начнем с группы, не входящей в число владельцев печати, но наиболее близкой прессе, — с группы газетных работников Принимают ли они участие в игре? Г-н Аткинсон, несомненно, думает, что да. Он не может представить себя в роли простого «болельщика». Г-жа Рузвельт также журналистка. Выступив в ООН по поводу моей брошюры, она смогла даже заявить, что эта брошюра была «написана господином, принадлежащим к входящей в КПП Американской газетной гильдии, членом которой являюсь и я». Это было весьма великодушно со стороны г-жи Рузвельт, даже слишком великодушно, ибо, будучи обозревательницей ряда газет, г-жа Рузвельт знала, что она — «имя» в журнали-

стике, тогда как я — лишь рядовой, мало известный корреспондент. И я не сомневаюсь в том, что сравнительная независимость г-жи Рузвельт как автора статей — независимость, которую ей дает ее имя, — заставляет ее разделять образ мыслей г-на Аткинсона. Ей, вероятно, кажется, что она действует самостоятельно. Примадонны печати, звезды средней величины на небесах журналистики, так сказать, созвездия Великого Чернильного Пути не желают понять, что их орбита предопределяется владельцами прессы. Большинство работников печати — люди, которые в действительности «делают» газету, — не обманывают себя: они знают, что попросту выполняют приказы. Но те наемные журналисты, чьи имена красуются на страницах газет, предпочитают считать, что они пишут то, что им нравится. Слепленные тем, что их имена стоят под статьями, они забывают о временах, когда они изучали свое ремесло, учились преподносить то, что «угодно газете», то есть ее владельцу. Г-ну Аткинсону приятнее считать, что он полновластный король своего маленького царства, что он, и только он, решает, какие материалы будут помещены в разделе театрального обозрения. В результате ему кажется, будто и он принимает участие в игре. Если бы г-н Аткинсон признал, что издатели, сидя за карточным столом, не консультируются с ним, театральным критиком, ему пришлось бы признать и ту унижительную роль, которую он играет: он находится здесь лишь для того, чтобы сбегать за бутылкой пива для игроков. Г-н Аткинсон всего лишь один из «болельщиков».

Создатель газетного треста и издатель Эдвард У. Скриппс никогда не позволял себе считаться с теми иллюзиями, которые хотелось сохранять его лакеям.

«Журналисты — служащие газетных владельцев, — говорит он, — неизбежно имеют мнения, расходящиеся с мнениями своих хозяев. Владелец газеты — наниматель требует, чтобы его подчиненные писали о том, во что верит он сам или во что, по его мнению, должны верить его читатели. Поскольку владелец газеты прежде всего простой смертный со всеми свойственными ему слабостями, он не позволит использовать свою газету для выступления против его собственных мнений. Не будет он также

платать денег корреспонденту за статьи, видеть которые в своей газете он не желает...

Благодаря тщательному подбору штата сотрудников я всегда имел возможность окружать себя людьми, соглашавшимися со мной по большинству важнейших вопросов, связанных с нашей профессией. Однако невозможно найти двух человек, которые были бы единодушны в своем мнении по любому вопросу... Я требовал от своих подчиненных — авторов отдельных статей, чтобы они выражали мое мнение, которое во многих случаях противоречило их собственному мнению».

Мы могли бы оставить в покое г-на Аткинсона и г-жу Рузвельт с их иллюзиями, если бы такие иллюзии питали только они одни. Не имело бы также большого значения, если бы общественное мнение в целом было введено в заблуждение лишь по этому небольшому, частному вопросу. Беда в том, что расплывчатые идеи относительно «независимости» отдельного журналиста способствуют возникновению расплывчатых идей относительно «свободы» других лиц. Как юмористы, так и серьезные авторы являются лишь слугами «лордов прессы», все их разговоры о независимости — жалкая претензия. Если мы не заострим на этом внимания, мы создадим впечатление, что власть «лордов прессы» в какой-то мере ограничена. Если мы не покончим раз и навсегда с мифом о том, что журналисты пишут, как им нравится, мы создадим неверное представление, будто некоторые лица, не принадлежащие к разряду владельцев, принимают участие в использовании прессы, владеть которой они не могут. Если журналисту принадлежит голос в этих делах, то можно предположить, что и общественность пользуется таким голосом. Итак, давайте разрешим этот предварительный вопрос раз и навсегда, чтобы не приводить больше никаких дополнительных доводов.

Я могу спокойно прибегать к таким выражениям, ибо доказательства в самом деле бесспорны. Во-первых, журналисты совместно опровергают нелепые утверждения об их личной независимости во всех контрактах и сделках со своими хозяевами. Во-вторых, издатели столь же ясно и открыто заявляют, что содержание газет является исключительно их делом и не касается их слу-

жащих. Я не знаю, можно ли представить более ясное разрешение данного вопроса!

Работая в газетах в течение многих лет, я наблюдал за переговорами о заключении договоров с особым интересом. Всех нас представляет Американская газетная гильдия, входящая в Конгресс производственных профсоюзов (КПП). Во всех коллективных договорах, заключаемых между издателями и журналистами, существует одно положение, которое никогда не оспаривается, — условие, обязательное для всех случаев, пункт, доминирующий над остальными. Он состоит в том, что ни журналист, ни его профсоюз не предъявляют и никогда не предъявят никаких претензий на получение голоса в редакционной политике газеты.

В какой-то мере нас вынудили обманным путем пойти на такую капитуляцию. Мы отдали нечто такое, что нам следовало сохранить как принцип, но нас провели при помощи ловкого трюка. Согласившись на обычные взаимоотношения между работодателем и служащим, мы отказались от значительно большего. Разберемся в этом.

Издатель — это владелец или главный администратор, представляющий владельца печати. В качестве такового он выступает в роли хозяина. Хозяева, как правило, считают невозможным полностью примириться с идеей коллективных договоров, несмотря на то, что эта идея прочно вошла в жизнь. Сама мысль о заключении договора со служащим вызывает у них, как у владельцев собственности, ярость ни один служащий не смеет указывать владельцам, что *им* надо делать с *их* собственностью! Выступая же в качестве дельцов, они считают эту мысль еще более оскорбительной *их* дело — это *их* дело, и никто не смеет указывать им, как его вести!

Это в такой степени является неотъемлемой частью психологии хозяина, что в современных производственных отношениях для профсоюзов стало обычной практикой несколько смягчать переговоры, делая уступку хозяину. Магическое слово, которое дает такой эффект, — это «администрация». Представители профсоюза заявляют от имени рабочих «Вы хозяин. Мы хотим договориться относительно заработной платы и условий труда. Но мы не претендуем ни на какое участие в администрации предприятия». И все же каждое требование об

изменении условий труда вынуждает администрацию принимать меры, которые она никогда бы не приняла по своей воле, или же воздерживаться от действий, которые при иной ситуации она свободно могла бы совершить. Если рабочие жалуются, что в цехе слишком жарко, администрация должна установить систему вентиляции, а владельцу приходится идти на расходы, которые он не собирался делать. Владелец не может предотвратить этого ограниченного «вмешательства» в его «прерогативы администратора», но он всеми мерами старается ограничить такое вмешательство. Приспосабливаясь к существующему положению вещей, он, однако, никогда не откажется от своего основного принципа, а профсоюзы никогда не будут оспаривать этот принцип. Предприниматели твердо отстаивают свое исключительное право на руководство своим делом, а организованные в профсоюзы рабочие обещают никогда не посягать на это право.

Мы, журналисты, полагали, что идем на общепринятую уступку. Однако мы недостаточно разобрались в создавшемся положении. Не подлежит сомнению, что издатель — владелец собственности, делец, наниматель. Можно легко допустить, что он не позволит никому вмешиваться в свои дела. Он, и только он, решает вопрос о том, как он будет производить и продавать свою продукцию.

Но где же кончается область производства и начинается область свободы печати? Входящие в профсоюзы служащие газетной промышленности забыли задать такой вопрос. Газета — продукция особого рода. Процесс производства газеты требует технических приемов и решений, которые ничем не отличаются от проблем, встающих перед административным аппаратом в любом другом производстве. Однако этот процесс затрагивает нечто такое, чего не встретишь ни в производстве игрушек, ни в сталелитейной промышленности. В процессе производства газеты вы излагаете на газетной бумаге мысли, которые будут восприняты людьми, вызвав у них чувства и настроения, которые, в свою очередь, повлияют на ход мировых событий. Кто же должен решать, *какие* мысли следует печатать в газете?

Вот в этом-то и заключается суть вопроса о свободе печати. Одно дело — признать за владельцем абсолютное

право решать все вопросы о производственных операциях газетного треста, включая вопрос о продаже производственной продукции, то есть газет, но совсем другое дело — без звука предоставить ему исключительный и безраздельный контроль над идейным содержанием газеты. Этот вопрос не подлежит рассмотрению в коллективных договорах, заключаемых между работниками газеты и издателями. Его не следует отоваривать при заключении *любой* сделки. Это — наше право, неотъемлемое право всех граждан США, гарантированное им конституцией. Поэтому мы не должны подписывать никаких соглашений, в которых говорилось бы, что контроль над мыслями является исключительным правом владельца.

Но мы подписали такое соглашение! Публика, конечно, вряд ли может быть связана сделкой, заключенной между издателями и журналистами. Да и сами журналисты как граждане не могут быть морально связаны сделкой, заключенной ими как журналистами. На самом же деле издатели и журналисты могут ограничить — и действительно ограничивают — нашу свободу печати, устанавливая «прерогативы администрации». Издатель защищает великий принцип независимости индивидуума — свою собственную независимость. Ни отдельный журналист с именем, ни остальные работники газеты не могут ограничить свободу издателя распространять его идеи, пытаясь в своих статьях излагать собственные мнения. Его служащие все вместе официально соглашаются на это условие. Обе стороны признают, что право собственника дает издателю право указывать, какой материал должен быть помещен в газете. Журналисты даже не претендуют на право излагать свои взгляды на страницах изданий своих хозяев. Они официально дают обещание воздерживаться от таких претензий.

«Все мы, от курьера до главного редактора, признаем, — заявляют они, — что мы — наемная сила, принятая на работу в газете с единственной целью — излагать в печати взгляды наших хозяев. Мы будем писать то, что нам укажут; мы не будем писать ничего, что не будет указано».

В этой сделке журналист отказался от чего-то такого, что не являлось предметом сделки, — от своей чест-

ности! Он не просто признал, что издатель — только издатель! — может излагать свои мысли в «своей» газете. Он взял на себя обязательство отдать свой талант и свое мастерство для того, чтобы убедительно преподнести читателю, публике идеи, которые не принадлежат ему и которые он лично, возможно, не одобряет и не признает. А если он принадлежит к числу крупнейших фигур в журналистике, к известным «независимым» обозревателям, то лежащее на нем пятно бесчестия еще позорнее. Ибо теперь он уже излагает идеи своего хозяина от своего собственного имени, вводит в заблуждение общественное мнение, выдавая идеи своего хозяина-миллиардера за свои собственные. Он подписывается под статьями в подтверждение того, что говорит от собственного имени, высказывает собственные убеждения, тогда как ранее он поклялся говорить только то, что вложено в его уста хозяином.

Это, конечно, произошло помимо его воли. Если журналист принес в жертву принцип, он сделал это во имя другого принципа — принципа святости частной собственности. Именно владелец настаивает на включении в договор с профсоюзом положения, предупреждающего всякого идиота, который попытается писать так, как он захочет, что при первой же подобной попытке он будет увален, причем с согласия профсоюза Служащий капитулирует, поскольку он не видит возможности бороться с таким положением, а предприниматель одерживает верх еще до заключения сделки. Все это выглядит вполне невинно, естественно и законно. Профсоюз отстоял установленный минимум заработной платы, а владелец успешно защитил свою собственность. Предприниматель добился полного признания за собой «прерогатив администратора». Не правда ли, законная сделка? Ведь добровольный обмен — это не грабеж.

Но в то же время оказалось ограбленным общественное мнение, которое даже не принимало никакого участия в этой сделке. Контракт подтвердил взгляд владельца на его права: «Мне принадлежит печать, и я один буду управлять ею. Никакого вмешательства со стороны служащих и публики». Публика! Вот тут-то и зарыта собака! Именно в этой формуле искусно погребен мелкий вопросец о свободе печати! Владельцы печати не просто защищают свою собственность и преро-

гативы руководства. Благодаря особому характеру своей собственности и ее продукции «лорды прессы» присваивают себе исключительное право принимать решения о том, какие *идеи* следует публиковать и распространять «Мне принадлежит газета, поэтому я один буду решать, что вам читать». Преисполненные иллюзий герои фильма «Первая полоса» могут продолжать утверждать, будто они пишут о том, о чем хотят. Но издатель сардонически смеется над ними, он печатает то, что нравится *ему!*

## ЧАСТЬ ТРЕТЬЯ

### ПРИНЦИПЫ И ПРИБЫЛИ

#### *Глава пятнадцатая*

#### ЭЛЕОНОРА И Я

Не я начал все это. Начала Элеонора. Да и она сделала это неумышленно. Когда 24 октября 1947 года Элеонора произносила свою речь на заседании Третьего комитета Генеральной ассамблеи, она даже не подозревала о моем существовании. В это время я находился в том же здании в Лейк-Саксессе, служившем тогда штаб-квартирой ООН, но не слышал ее выступления, ибо в других комитетах шли дискуссии, которые представляли больший интерес для корреспондентов. Но если бы я даже и слышал ее речь, она не вызвала бы у меня особого интереса, так как началом всей истории послужило не содержание её выступления, а именно то, о чем она умолчала. Позднее Элеонора напомнила мне весьма решительно, что прямую ответственность за всю эту историю несет не она, а ее советский коллега Валерьян Зорин. Оказывается, во всем повинен ответ Зорина на речь Элеоноры, с которым он выступил на следующий день.

Я не слышал и того, о чем говорил Зорин, а в сообщении ООН для печати о его выступлении не содержалось ничего сенсационного. Зорин «подверг сомнению» данную г-жой Рузвельт характеристику американской прессы, причем «сослался на книгу американского) автора», в которой была изображена совершенно иная картина. По мнению «компетентного американского журналиста», заявил Зорин, существование «свободной прессы» в Америке — это «миф».

Появившиеся в газетах сообщения по этому вопросу сводились просто к перепечатке отчета ООН. Однако газета «Нью-Йорк Таймс» дополнила его одной новой

строкой, где указывалось, что упомянутый Зориным американский источник — это «книга» некоего «Джорджа Мэрриэма», озаглавленная «Свобода печати». Я решил не упускать случая и немедленно действовать, как подсказывало мне чутье. Должен признать, что мною руководило не столько чувство злорадства, сколько любопытства. Изобличить «Нью-Йорк Таймс» в неточности не представляло особого интереса, однако можно было кое-что доказать, установив *причину* этой неточности: помещаемая в «Нью-Йорк Таймс» «русская» информация недостоверна, поскольку «Нью-Йорк Таймс» не утруждает себя проверкой ее у русских.

В указанное мною время я был в части здания, отведенной для представителей печати. Это помещение находилось всего в нескольких шагах от комнаты, занимаемой советским информационным агентством ТАСС — расстояние, которое так же легко, как это сделал я, мог преодолеть любой сотрудник отделения «Нью-Йорк Таймс» при Организации Объединенных Наций. Я зашел в эту комнату и попросил русских корреспондентов проверить название книги, приведенной Зориным, и фамилию автора. Они позвонили по телефону и получили следующий ответ: «книга» оказалась брошюрой под названием «Свободная печать. — Портрет монополий», автором которой был Джордж Марион.

Чтобы довести дело до конца, я через несколько минут сообщил об этом корреспонденту «Нью-Йорк Таймс» А. М. Розенталю, когда мы с ним вместе составляли отчет о заседании Политического комитета. Поправка появилась в газете в надлежащий срок, однако стесняющий газету («Нью-Йорк Таймс») подзаголовок брошюры — «Портрет монополий» — был опущен. Этим, однако, инцидент не был исчерпан. Неожиданно история получила продолжение. Розенталь передал мне просьбу американской делегации снабдить ее несколькими экземплярами моей брошюры, повидимому, для того, чтобы г-жа Рузвельт смогла ответить г-ну Зорину, дав разъяснения относительно моей книги. Я, конечно, выполнил просьбу делегации, и 28 октября г-жа Рузвельт действительно выступила с ответом.

Однако г-жа Рузвельт не затронула существа вопроса. Она совершенно не упомянула о *содержании* моей брошюры, о фактах, доводах и выводах, изложенных в

ней, которые, в свою очередь, легли в основу выступления Зорина. Она сочла возможным покончить с этим вопросом, сделав одно-единственное замечание:

«Теперь я могу сказать, что брошюра, на которую ссылался вчера мой советский коллега, написана господином, принадлежащим к входящей в КПП Американской газетной гильдии, членом которой являюсь и я. Далее я могу сказать вам, что после чтения этой книги становится совершенно ясно, что автор брошюры — американский коммунист, а также то, что мы в нашей стране предоставляем американским коммунистам свободу публиковать любую удобную им критику по адресу нашей страны. Самый факт, что эта книга была опубликована, говорит о том, что коммунисты действительно полагают такой свободой. Я не знаю, может ли это послужить достаточной основой для вашей критики».

В основе этого аргумента лежит странная логика. Автор пишет брошюру, оспаривающую существование свободы печати в Соединенных Штатах; он утверждает, что так называемая «свобода печати» является мифом. Вы читаете эту брошюру, затем, не сказав, на основании чего приходит автор к такому выводу и приводит ли он факты в подтверждение своего мнения, не пытаясь даже отрицать эти факты или опровергнуть его доводы, вы указываете на брошюру и говорите: «Смотрите, она напечатана в Соединенных Штатах. Вот доказательство, что там существует свобода печати». Ваш противник поставлен поистине в затруднительное положение: он не может доказать правильности своей позиции, даже располагая неопровержимыми данными, поскольку эти данные появились в Соединенных Штатах в напечатанном виде. Вы воздвигли неприступную, на ваш взгляд, стену аргументов против обвинения в том, что печать не является свободной, а именно: если доказательства того, что печать *не является свободной*, могут быть опубликованы, это подтверждает, что она свободна!

Этот поразительный довод, казалось бы, кладет конец опору. Ну, что ж, допустим, что у нас имеется свобода печати. Но *что такое* свобода печати? Из каких элементов она состоит? Как она осуществляется? Как видите, остаются еще вопросы, которые может задать любой разумный человек! По моему мнению, тот факт,

что г-жа Рузвельт уклонилась от существа вопроса — так же как и ее довольно грубый выпад против меня как «красного», — явился достаточным основанием для непосредственного разговора с ней по этому поводу. День или два спустя, воспользовавшись тем, что вечернее заседание Третьего комитета началось с опозданием, я подошел к г-же Рузвельт с целью задать ей несколько вопросов, после чего, как я искренне надеялся, она выскажется относительно проблем, выходящих за рамки такого элементарного вопроса, как свобода печатания.

Представившись ей и объяснив цель моего разговора, я начал говорить по поводу моей книги:

— На днях в своем выступлении вы упомянули .

Но г-жа Рузвельт не дала мне закончить.

— Я не приводила выдержек из вашей брошюры, — сказала она тоном, который нельзя назвать иначе, как презрительным, — ее цитировал русский ..

Ее ответ лишний раз подтверждает то, о чем я уже говорил: все это не является личным делом. Указанные события произошли во время весьма серьезных международных дискуссий, возникших по вопросу о печати. Не является это и абстрактными философскими рассуждениями беспристрастных сторон. Нет, речь шла о свободе печати — о вопросе, по которому происходил спор между странами и который был лишь частью более серьезных разногласий, разделивших мир сегодняшнего дня на два лагеря. И слова г-жи Рузвельт подтверждают, что она вела спор не со мной, а с русскими. Ее удар был направлен в сторону Вышинского, и если этот удар достался мне, то только рикошетом. Тон г-жи Рузвельт был враждебен, но на самом деле она сердилась не на меня. Ее раздражал ее советский коллега Зорин, который в ходе обсуждения вопроса использовал мою книгу, так сказать, в виде оружия против нее.

К самой дискуссии мы можем вернуться позднее. Я уже сообщил довольно подробно, как я был в нее вовлечен, но даже приведенный выше незначительный эпизод — не просто рассказ о моей размолвке с г-жой Рузвельт, ибо он затрагивает лишь ту сторону дискуссии, которая имеет к нам непосредственное отношение. Своим появлением на сцене я обязан крупному принципиальному спору. Мои высказывания были использованы против г-жи Рузвельт только потому, что я проявил

готовность обсуждать вопросы, существенно необходимые для истинного понимания свободы печати, а г-жа Рузвельт не пожелала этого делать. Я занимался исследованием (в печати) некоторых проблем, которые отнюдь нельзя назвать личными или частными и которые, однако, г-жа Рузвельт отказывается не только признавать, но даже обсуждать. Она не захотела во время нашего разговора обсудить также любой другой из тех спорных вопросов, которые она игнорировала во время дискуссии.

Позвольте мне поэтому поставить эти вопросы и, если возможно, свести их к одному, главному вопросу. Г-жа Рузвельт не пожелала посмотреть на прессу в таком виде, в каком она существует. Она не пожелала обсуждать ее иначе, как только с точки зрения морали. Хотя я говорю «г-жа Рузвельт», следует понимать, что ее лично это касается так же мало, как и меня. Не по ее вине начались между странами разногласия, в обстановке которых происходили указанные дебаты. Не она являлась и инициатором обсуждения этого вопроса; действовала и высказывалась она тоже не от своего имени. Г-жа Рузвельт выступала как представительница Соединенных Штатов, и ее высказывания ничем не отличались от речей других многочисленных официальных представителей, принимавших участие в прениях. При рассмотрении опорных вопросов к личностям прибегают лишь ради удобства. В силу сложившихся обстоятельств роль такой «личности» выпала на долю г-жи Рузвельт.

Таким образом, в данном споре сталкиваются моральный и материальный подход в оценке печати. Это, с одной стороны, экзальтированное восхваление прессы в духе высокопарных, ура-патриотических выступлений или разглагольствований на собраниях религиозно-фанатических сект, а с другой — трезвый анализ ее характера и функций. Я уже посвятил несколько глав показу того, что некоторые обстоятельства материального характера противоречат утверждению г-жи Рузвельт, будто свобода печатания — это то же самое, что и свобода печати. При этом я сознательно стремился не затрагивать сложных вопросов. Все, о чем я писал, — элементарные вещи, поскольку я преследовал цель подготовить читателя к рассмотрению более сложных вопросов. Я лишь хотел доказать, что печать нельзя рассматривать

с такой точки зрения, которую избрала и проповедует она сама и которая состоит в том, что печать будто бы вдохновляется высокоморальными принципами. Вот единственное, что я пытался доказать.

Однако из этого вытекает, что печать следует изучать на основе материальных условий ее существования. Но даже для достижения нашей предварительной цели следует показать, насколько важное значение имеют эти условия. Для начала было бы достаточно признать один материальный фактор — частная собственность — точнее, сам принцип частной собственности — оказывает огромное влияние на прессу. А именно, теперь, когда аппарат прессы стал таким сложным и дорогим, принцип частной собственности неизбежно ограничивает число владельцев органов печати небольшим кругом богачей. Принять участие в издании газеты или журнала может лишь тот, кто располагает многими миллионами долларов. Этот незначительный круг лиц получает, таким образом, в свои руки власть и право решать за нас всех, что именно должно публиковаться и что нет.

Но простой вопрос наталкивает нас на более сложные проблемы, рассмотрение которых мы пока отложили, тогда как г-жа Рузвельт вообще уклонилась от них. Как же одно из названных лиц решает, что следует и чего не следует публиковать? Допустим, что такое лицо имеет газету, радиостанцию или иной орган распространения информации. С точки зрения «морали» предполагается, что данное лицо — патриот, хранящий верность принципу предоставления свободной трибуны для всех американцев, с тем чтобы каждый американский гражданин был достаточно осведомлен и мог осуществлять свои обязанности свободного гражданина свободной страны, участвующего в определении политики. Возможно, что это так. Однако такой патриот должен прежде всего купить весьма дорогую газету или журнал, после чего он станет собственником. Всякий обычный издатель является двойственной личностью. При выпуске газеты ему ежедневно, чуть ли не каждый час, приходится высказывать свое мнение. Он должен указывать: «Печатайте это, а то не печатайте». В такой момент в издательстве говорит не патриот, а собственник.

Он принимает решения как владелец крупной собственности. И именно интересы его собственности, стрем-

ление сберечь те богатства, которые эта собственность представляет, подсказывают ему решения, направляют всю его деятельность. Вот первый пример того, как материальная действительность разбивает выводы приверженцев принципа морали, г-жа Рузвельт изобразила идеалиста, неуклонно преследующего благородную цель — всестороннее информирование народа, тогда как на самом деле существует лишь богатый человек, ревностно стремящийся сохранить собственность, владельцем которой он является

Но это лишь первый, простейший конфликт. Перейдем к значительно более сложным коллизиям, о которых я тщетно расспрашивал г-жу Рузвельт. Ведь нам приходится иметь дело не просто с частной собственностью и не просто с ее владельцем. В экономическом отношении ни человек, ни собственность не могут быть пассивными. Пресса — это не десять миллионов долларов, лежащих втуне, поскольку они были пожертвованы для правого дела. *Пресса — это капитал, деньги, вложенные в предприятие, материалы, труд, используемые не для большего просвещения умов американцев, а для большего обогащения ее владельца. Это отнюдь не деньги, предназначенные для мероприятий нравственного порядка, а деньги, цель которых — приумножить самих себя. Пресса — это не богатство, принесенное его владельцем в жертву великому идеалу. Это — собственность, назначение которой — извлечение прибыли. Это — бизнес.*

Нет ничего удивительного, что г-жа Рузвельт проявила нежелание заглянуть за ширму моральных рассуждений, в лицо реально существующим материальным фактам. Если вы сорвете со «свободной печати» маску этических принципов, за которой она скрывается, то фальшивое одеяние идеалистических фраз опадет и с самого бизнеса «Свободная печать» окажется просто-напросто одним из видов «свободного предпринимательства». Итак, закрыть глаза на эти реально существующие факты, в конце концов, нельзя. Вероятно, именно поэтому работа мало известного американского журналиста вызвала такое негодование г-жи Рузвельт. Все это лишний раз подчеркивает, что то, о чем я пишу, — не мое личное дело. И если я пишу об этом, то я действую не из личных побуждений, а лишь в надежде

достичь основной цели своей книги — установить, чем в действительности является пресса, в отличие от того, чем она себя изображает.

#### *Глава шестнадцатая*

### **МОРАЛИСТИЧЕСКАЯ ЧУШЬ**

Описывая прессу Соединенных Штатов, г-жа Рузвельт не употребляет тех цветистых выражений, которые мне часто приходилось слышать. Она не воздает ей безмерной похвалы. Наоборот, она начала свое выступление с весьма милого признания, что «свободная печать» в США отнюдь не совершенна, она лишь лучшее из того, что видел в этой области мир.

«Мы, американцы, прямо признаем, что система печати имеет свои недостатки. Можно столкнуться с фактами давления, оказываемого на прессу, или попытками осуществлять контроль над ней, однако правительство не причастно к этому. Кроме того, такие попытки редко бывают успешными. Итак, в общем наша печать свободна. Мы считаем, что преимущества системы свободной печати, существующей в Соединенных Штатах и в большинстве других стран, ставят ее намного выше системы контролируемой печати, обладающей многочисленными недостатками». (6 октября 1947 года.)

Нет сомнений, что г-жа Рузвельт сама писала текст своих выступлений, однако не она задавала их тон. Ей не нужно было утруждать себя составлением оригинальных вариантов выступлений, наполненных дифирамбами американской свободе печати. Сама пресса с таким энтузиазмом воспевала свои достоинства, что трудно было бы найти в ней новые добродетели, заслуживающие восхваления. Как раз за два месяца до выступления г-жи Рузвельт директору агентства Ассошиэйтед Пресс Кенту Куперу предстояло осуществить примерно такую же задачу, что и г-же Рузвельт, — ответить на критику по адресу прессы Соединенных Штатов. Если мы хотим понять г-жу Рузвельт, мы должны разобраться не только в тех конкретных словах, которые произнес Купер, но в смысле его выступления.

Как смеют эти мелкие людишки преуменьшать значение американского понятия свободы печати? — гремел с трибуны Купер, сверкая стеклами своих очков перед аудиторией из ста корреспондентов. Как смеют они говорить об этом, не указав, каким образом этот принцип «способствовал поразительным успехам нашей страны на пути к достижению максимально комфортабельных условий существования и самого высокого среди всех народов земного шара уровня интеллектуального развития?» Помимо крайне цветистого литературного стиля в этом высказывании содержится нечто такое, что было изобретено отнюдь не Кентом Купером. Ему, правда, принадлежит немалая заслуга в распространении того напыщенного стиля, к которому должен прибегать каждый американец-патриот, когда он говорит о прессе, однако благоговейное отношение к ней установилось задолго до выступления Купера. Если вы хотите остаться вне подозрений — снимайте шляпу и говорите почтительным шопотом. Неуклонное следование этим нормам обязательнее канонов хорошего вкуса, выше догмата веры. Это святая святых Концепция «свободной печати» равносильна догме троиственности божества.

Это правило распространяется на все, что заключено в священные рамки прессы. Возьмите, к примеру, «газетную информацию». Если у вас возникает сомнение относительно правдивости вашей местной газеты, вы, очевидно, не верите в бога. У нас не только имеется «правдивая и беспристрастная информация» — мы открыли ее. Это не саркастическое замечание с моей стороны, это именно то, на что претендует «свободная печать». Вы можете, если хотите, позволить себе дерзость указать на *материальные* условия, определившие наш особый подход к подаче информации. Но не вздумайте изучать и анализировать материальные последствия ее материального происхождения. Если вы не хотите быть причисленным к категории людей со «странными идеями», то вот единственное, что вы можете сказать. Мы горды тем, что «придали обязательный и постоянный характер *моральным* принципам, порожденным необходимостью».

Самое главное — приписывать всё моральным побуждениям. Если «правдивая и беспристрастная информация» не является «следствием философских размышлений или молитвы», то она обязательно остается

«величайшим моральным принципом, открытым Америкой и преподнесенным ею всему миру». Между прочим, вышеприведенные слова тоже принадлежат г-ну Куперу и взяты из его книги «Долой барьеры!» Они являются частью того религиозного ритуала, той неперменной подмены трезвого анализа фанатизмом, которые обязательны, когда речь идет о Великом неприкасаемом — о прессе.

Благоговейное отношение к печати пропагандируется не только самой печатью. Если бы это было так, то печать можно было бы заподозрить в самовосхвалении Нет, это доктрина, официально одобренная американским государством. Власти предержавшие превратили почти в обязательное правило сводить обсуждение всех принципиальных вопросов к пустым абстрактным рассуждениям, к разглагольствованию о принципах высокой морали. Поэтому свобода печати, как и вся политика Соединенных Штатов в целом, изображается как олицетворение высокой духовной силы, как претворение в жизнь той высокой миссии, для которой бог создал нашу страну и сделал ее такой великой державой, какой она является в наши дни. Вы можете, конечно, считать все это моралистической чушью. Вас может тошнить, когда вы слышите, что Джон Фостер Даллес говорит о нашей политике в международных делах как об «откровенной, простой и справедливой», не упоминая ни слова о том, как рьяно эта политика охраняет наши экономические интересы. Однако не поддавайтесь желанию крикнуть «Довольно болтовни! К делу!» Вздор о нашей особой духовной миссии должно воспринимать всерьез. Каждый, кто попытается говорить о том, что в основе деятельности нашей печати лежит материальная заинтересованность, что ее владельцами движут узко эгоистические побуждения, что для Джона Рокфеллера на первом месте его личные интересы, — тот выступает с оскорбительным обвинением, будто Соединенные Штаты — эгоистическая держава, политика которой направлена на защиту своих собственных интересов. Но это же богохульство, коммунизм, атеизм, святотатство!

Вот такие-то предубежденные взгляды, повторяю, и лежат в основе официального статуса свободы печати в Соединенных Штатах.

Без предшествующего вступления я не мог бы привести описание «свободной печати», данное г-жой Рузвельт. Фактические данные, изложенные ею перед такими хорошо осведомленными людьми, какими являются представители государств в ООН, были столь скудны, что, услышав о них, вы могли бы предположить, что вам не сообщили самую главного. С другой стороны, грандиозность того, что было воздвигнуто ею на этой шаткой фактической основе, могла бы ввести вас в заблуждение, если бы вы не были знакомы с истинной ценой пустых разглагольствований о морали. В последующих абзацах содержатся буквально *все* фактические данные о «свободной печати», приведенные г-жой Рузвельт в доказательство ее тезиса о том, что «свободная печать» в моральном отношении превосходит любую другую существующую в мире систему печати. Причем учтите, это происходило во время дискуссии, в ходе которой «свободной печати» предъявлялись серьезные обвинения! Г-жа Рузвельт ответила на них так:

«Я первая признаю, г-н председатель, что время от времени в Соединенных Штатах безответственные лица и органы прессы говорят такие вещи, которые лучше было бы не говорить» (24 октября 1947 года )

Этим своим заявлением г-жа Рузвельт механически отменяет всякую возможность виновности всей печати в целом, не пытаясь даже рассмотреть ее. Вина спокойно перекладывается на отдельных «безответственных» лиц и отдельные издания. Из этого можно легко сделать следующий логический вывод : безобразное поведение некоторых является следствием существования свободы для всех, вместе со сладкими плодами свободы (приходится вкушать горечь злоупотребления ею.

«В нашей стране проживает 140 миллионов человек. Все они пользуются предоставленным конституцией правом на свободу слова. В Соединенных Штатах имеется более 1 700 ежедневных газет и около 10 тысяч еженедельников. Подавляющее большинство из них — независимые отдельные издания, владельцами которых являются местные жители. Даже среди ежедневных газет около 83 процентов принадлежат местным владельцам, только немногим более одной из пяти входят в газетные тресты.

Крупнейший газетный трест в Соединенных Штатах имеет менее двадцати ежедневных газет. Каждая из этих газет может помещать любую информацию о международных событиях и комментировать их так, как она того пожелает».

Если действительно в Америке существует такая свобода, стоит ли удивляться, что имеют место некоторые безответственные поступки?

«Среди 140 миллионов граждан, а также 1 700 ежедневных газет и 10 тысяч еженедельников неизбежно должны быть экстремисты».

Итак, американцу, привыкшему к исключительной свободе, отдельные случаи злоупотребления ею кажутся настолько естественными, что ему никогда не придет в голову что-либо предпринять по этому поводу. «Пусть они болтают. Болтовня никогда не причиняет вреда». Во всяком случае, таково мнение г-жи Рузвельт.

«Существует два способа обращения с экстремистами. Один — посадить их в тюрьму, другой — организовать открытую дискуссию с ними по спорному вопросу, вынудив их капитулировать под давлением более веских аргументов. Мы предпочитаем последний способ».

Вот и все приведенные г-жой Рузвельт фактические данные. И хотя в этом случае нам нет нужды уяснять *политическое* существо спора, уместно все же сделать одно замечание. Правительство Соединенных Штатов оправдывает некоторые из своих чреватых последствиями *действий* ссылкой на «свободную печать». Оно, например, обосновывало одно из важнейших решений — свою принципиальную позицию во время дискуссий моральными концепциями «свободной печати». Поэтому следует разобраться в том, как толковала приведенные ею факты г-жа Рузвельт, то есть разобраться в самой теории «свободной печати». Подытожим не одно это выступление г-жи Рузвельт, но всю ее аргументацию в данной дискуссии.

Г-жа Рузвельт начала свое выступление, как мы видели, с беглого упоминания о наших «недостатках» — признание, которое вскоре было использовано ею как плацдарм для нападения на недостатки соперничающей системы. Наша система противопоставлялась их системе, «свободная печать» — «контролируемой печати», до-

бро — злу. «Добром» была «свободная печать», созданная демократией и достигшая высшего совершенства в Соединенных Штатах. Злом — «контролируемая печать» — система, при которой «правительственная монополия» господствует над всей информацией и худшим проявлением которой является печать России

Достоинство «свободной печати» заключается в следующем широком круге лиц, осуществляющих полный контроль над отдельными органами прессы, знакомит нас на страницах своих газет с многообразными фактами и различными противоречивыми взглядами. Ведь конкуренция побуждает владельцев газет помещать всю информацию, которую они могут добыть, ничего не утаивая от читателя. Правительство же не может вмешиваться в их дела, не имеет права заставить их печатать один материал и не печатать другой. Таким образом, у нас, у общественности, имеется большой выбор, и мы сумеем, по всей вероятности, отбросить «плохое» и воспринять «хорошее». Если, например, имеется несколько оголтелых поджигателей войны, то умеренная и ответственная печать сможет доказать общественному мнению их неправоту и не позволит нам сбиться с правильного пути.

А вот при системе «контролируемой печати» нет никаких гарантий против зла. При такой системе действия отдельных органов прессы не зависят от воли отдельных владельцев или «управляющих». По сути дела, вся печать представляет собой единое целое и правительство управляет ею соответствующим образом. Результатом такой «строгой правительственной монополии на распространение информации» является ужасающее единообразие. То, что публикует «контролируемая печать», может быть, не «ложь», но это и не «вся правда»... Общественное мнение не располагает в данном случае возможностью установить истину путем сопоставления различных точек зрения, что можно сделать при свободной конкуренции. Общественное мнение получает одностороннюю картину и может лишь гадать, является ли это полным освещением вопроса или нет, ибо оно не имеет возможности получить «правильный ответ».

«Таким образом, население стран, в которых существует контролируемая печать, изолировано от остального мира, ослеплено правительственной и

полуправительственной пропагандой и лишено света истинной правды».

Однако такое поверхностное заявление по данному спорному вопросу о печати и такое оптимистическое изображение «свободной печати» весьма расходятся с фактами, известными всему миру. Я не говорю о доктринах «вражеских» стран, которые мы, конечно, сразу же отмечаем. Не буду также проводить сравнение с положением, существующим у многих наших ближайших союзников — в крупнейших капиталистических и имперских государствах Западной Европы. Всем известно, что «контроль» существует не только в России, что почти ни одна из стран мира не придерживается полностью нашей теории свободы печати. Г-жа Рузвельт признала и одновременно обошла молчанием вопрос об этой неудобной для нас изоляции, бегло сославшись на «монополию и недостатки информации, которые в настоящее время в той или иной степени существуют почти во всем мире».

В конце концов все это — лишь мнение иностранцев. Однако показательно, что имеются американцы — причем известные деятели, хранящие безупречную верность «американскому образу жизни», — которые говорят о «свободной печати» менее оптимистически, чем г-жа Рузвельт. Картина, нарисованная ею, при сопоставлении с фактами превращается просто в карикатуру. Коллега г-жи Рузвельт в ООН профессор Захария Чэфи-младший был одним из тринадцати видных американцев, которые лишь за несколько месяцев до ее выступления представили совместный доклад о прессе Соединенных Штатов, названный самой печатью «обвинительным актом». Может быть, это звучит слишком сильно, но работа их, безусловно, противоречит всем положениям, на которых г-жа Рузвельт построила свое выступление. Что же касается обвинений и фактов, содержащихся в докладе, то в нем имеется то богатство документального материала, которого так явно не хватало выступлению г-жи Рузвельт.

Знала ли г-жа Рузвельт о существовании этого доклада? Безусловно, да. Совершенно невероятно, чтобы она была не знакома с содержанием опубликованного доклада, так как сама ее работа в ООН должна была заставить ее обратить внимание на этот доклад. Работа профессора Чэфи и г-жи Рузвельт в ООН в некоторых

отношениях шла по разным линиям, а кое в чем и совпадала. Профессор права Гарвардского университета, признанный авторитет по вопросам гражданского права, Чэфи был первым представителем Соединенных Штатов в Организации Объединенных Наций, занимавшимся проблемами, связанными с прессой. Когда он ушел из ООН, некоторые из его обязанностей были переданы г-же Рузвельт. Как раз в тех выступлениях, о которых мы говорили выше г-жа Рузвельт проявила хорошее знакомство с более ранними дискуссиями по отдельным вопросам свободы информации — областью, в которой работал профессор Чэфи. В процессе своей работы в ООН профессор Чэфи использовал некоторые предложения, внесенные Комиссией по свободе печати, которые, несомненно, должны были обсуждаться совместно с другими американскими делегатами, занимавшимися этим вопросом.

Рискуя привести слишком много доказательств по такому бесспорному вопросу, я добавлю лишь несколько слов относительно той широкой огласки, которую приобрела эта работа, о ее значении и своевременности. Я имею в виду основной доклад Комиссии по свободе печати, вышедший в виде книги под заголовком «Свободная и ответственная печать». Этот доклад был наиболее поздней по времени работой в длинном перечне критических исследований об американской прессе, написанных американскими авторами, однако ни одна из прежних работ не могла претендовать даже на десятую долю его авторитета. Этого факта, а также прекрасной репутации членов комиссии (председателем ее был д-р Роберт Хатчинс, в то время ректор Чикагского университета, а сейчас сотрудник «Фонда Форда») было достаточно, чтобы вызвать бешеное негодование «свободной печати», за которым скрывался страх. (Нет нужды говорить, что пресса столь же яростно негодует по поводу критики в ее адрес, сколь горячо она отстаивает собственное право на критику). К тому же в данном случае существовало совершенно особое обстоятельство, трехлетняя исследовательская работа комиссии проводилась, можно сказать, по инициативе самой прессы. Из общей весьма внушительной суммы издержек комиссии в 215 тысяч долларов Генри Люс, издатель журналов «Лайф» и «Форчун», оплатил 200 тысяч. В силу выше-

указанных причин ураган ответной критики пронесся на страницах «свободной печати» с 27 марта 1947 года, когда вышел в свет доклад комиссии, по крайней мере, до конца апреля. И я отнюдь не удивился бы, узнав, что г-жа Рузвельт в тот сравнительно недавний период выступила в своей газетной колонке с комментариями по поводу данного доклада, причем с одобрительными комментариями!

Хотя последнее не что иное, как догадка, я могу указать на один абсолютно бесспорный факт. Взрыв негодования Кента Купера, приведенный ранее в данной главе, был направлен как раз против «смехотворных высказываний по вопросу о свободе печати», распространяемых «группой президентов колледжей и профессоров», известной под названием Комиссии по свободе печати.

По всем вышеперечисленным причинам г-жа Рузвельт бесспорно понимала, что ее выступление было скандально ограниченным, что оно было почти оскорблением для интеллекта ее слушателей и что оно вызывало тревожные сомнения относительно ответственности, солидности и компетентности Соединенных Штатов как руководителя в международных делах. Поэтому необходимо как-то объяснить упорную настойчивость г-жи Рузвельт именно так освещать данный вопрос.

Конечно, фактически это означает, что нам придется объяснить позицию, занимаемую делегацией или «миссией» Соединенных Штатов в Организации Объединенных Наций, то есть правительством Соединенных Штатов, в этом и во всех других случаях, когда обсуждался вопрос о печати Г-жа Рузвельт участвовала в обсуждении этого вопроса как представительница правительства США. Следовательно, в ее обязанности входило: защищать официально принятую концепцию печати, поддерживать абстрактный характер спора и уклоняться от обсуждения всех опасных вопросов, возникающих в тех случаях, когда кто-нибудь пытается касаться досадных фактических данных. Нет никакой таинственности в данной политике мистификации, то есть в этих выступлениях, в которых применяется почти религиозная терминология, и в упорном нежелании перевести эту терминологию на прозаический язык печати-бизнеса, где все расценивается на доллары и центы. Объясняется все просто: факты материальной действительности точно огнем

жгут наиболее уязвимые места капитализма. Они особенно болезненно задевают надменных и чванливых хвастунов; выступающих с разглагольствованиями о моральной роли «свободной печати».

Если вы произнесете «а», то есть признаете частное владение отдельными органами печати, то вам придется перечислить весь алфавит от «б» до «я», то есть ознакомиться с истинным характером печати и ее функций, с чем вы как раз и не осмеливались столкнуться лицом к лицу. Только попробуйте произнести слово «владелец» вместо мистического выражения «свобода индивидуума», и вы окажетесь в затруднительном положении Алисы из Страны Чудес, декламирующей стихи «Ты стар, отец Вильям»: из ваших уст польются какие-то странные слова. Вместо полагающегося в этих случаях славословия вы начнете пересказывать всю азбуку капиталистической журналистики!

1. *Бизнес.* Незаметное слияние отдельных органов прессы, несмотря на индивидуальное владение ими, в единую печать, в одну общую газетную промышленность, преследующую ту же цель, что и другие виды бизнеса, то есть извлечение прибыли.

2. *Торгашеский дух.* Влияние бизнеса на информацию. Последняя превратилась в «новости» — легко раскупаемую сенсацию, за чем последовала деградация общественного вкуса.

3. *Монополия.* Тенденция печати как одного из видов крупного предпринимательства к концентрации и централизации, к созданию меньшего числа более крупных органов печати, стремящихся к ликвидации конкуренции и уничтожению соперников

4. *Стандартизация.* Конкуренция в способах информирования также устранена. Стандартизация продукции в интересах успеха предприятия приводит к созданию однообразной информации.

5. *Классовая направленность.* Тенденция прессы как одного из видов крупного предпринимательства и монополии использовать в своей области свои особые функции (контроль над общественным мнением) в интересах крупных предпринимателей, монополий и всего правящего класса в целом.

6. *Государственный контроль.* Зависимость печати от государственных субсидий и вытекающие отсюда обяза-

тельства перед государством, господствующей силой в котором является крупное предпринимательство. Вследствие этого печать приобретает классовую направленность и становится могучим оружием правящего класса в социальных схватках внутри страны.

7. *Империализм.* Тенденция печати как одного из видов крупного предпринимательства к установлению господства на мировом рынке наряду со стремлением нашего государства к установлению господства над всем миром. Отсюда использование печати как орудия для завоевания империи и управления империей, ее роль как посыльного крупных предпринимателей за океаном для обеспечения им — с благословения государства — успеха в погоне за баснословными прибылями.

Стоит ли удивляться, что официальные защитники печати предпочитают идти усыпанным розами путем трескучих фраз, избегая тернистого пути материальной действительности! Особенно, если вы вспомните, что речь идет о меньшинстве и большинстве, о немногочисленных владельцах, которые в действительности представляют печать, и большинстве граждан, которых следует убедить в том, что это каким-то образом *их* печать. Поэтому метод действий, применяемый владельцами, определяется характером их задачи. Говоря о свободе печати только в плане высокой морали и словесных абстракций, они придают ей характер благородного национального принципа. Если рассматривать вопрос с таких позиций, то свобода печати имеет для вас такую же ценность, какую она представляла для покойного Рандольфа Херста, она в такой же степени принадлежит мне, как и Сульцбергеру. С «высоты этих высокомерных рассуждений низменная драка из-за наживы, лежащая в основе газетного предпринимательства — как, впрочем, и всякого другого предпринимательства, — не видна, и все ее последствия остаются скрытыми. Таким образом, истинный характер основного конфликта в мире сегодняшнего дня остается неясным, завуалированным и искаженным

Но не навсегда! Надменные господа, произносящие свой традиционный панегирик печати, любят цитировать слова Джона Мильтона «Кто видел, чтобы ложь победила истину в открытом бою?»

Именно так! У нас имеются средства вынудить их вступить в открытую борьбу, и мы не удовольствуемся принципами высокой морали, на которых зиждутся доводы выступлений г-жи Рузвельт в ООН. Мы вправе сравнить искаженное изображение «свободной печати», предлагаемое нам правительством, с исчерпывающей картиной, нарисованной Комиссией по свободе печати.

*Глава семнадцатая*

**ВАШ ПОКОРНЫЙ СЛУГА**

Чувства были взаимными комиссии не нравилась печать, печати не нравилась комиссия. И каждая из них избегала указывать истинную причину своей неприязни. Обе они пытались выдумать предлог. Начало было положено комиссией. Комиссия установила, что печать либо уничтожила и погребла свободу печати, либо держала ее где-то в ящике сейфа. Однако вместо того, чтобы прямо заявить об этом, она ограничилась следующими словами

«Свобода печати в опасности. Находясь в основном в руках гигантских корпораций, средства массовой информации, крайне важные для существования демократии, перестали выполнять в полной мере свои обязанности перед народом. Газеты, журналы, радио и кинокартины не обеспечивают правильного освещения событий, необходимого для демократического правительства. Они не предоставляют свободной трибуны для обсуждения различных взглядов — трибуны, которая необходима для осведомленного общественного мнения. Они не дают правильного отображения взглядов всех групп населения и основных целей нашего общества».

Эти слова написаны на титульном листе основного доклада комиссии; они весьма точно резюмируют те выводы, к которым пришла комиссия. Печать не любит, когда народу говорят, что она, вместо того, чтобы быть верным слугой народа, является крупным бизнесом, игнорирующим интересы народа. Но печать тоже не заявила об этом открыто; она сказала лишь, что ей не нравится доклад, поскольку он не ясен и не прямолинеен. По всей вероятности, пресса опасалась, что народ запутается в

сложном языке доклада и не поймет, в какой мере комиссия осуждает печать.

Факт, который больше всего огорчил печать, на меня лично не произвел особенно сильного впечатления. Наиболее шокирующим моментом для американской печати в деле с докладом Комиссии по свободе печати было то, что ответственность за него несла сама газетная индустрия. Она заплатила за этот доклад 200 тысяч долларов. «Лорды прессы» сами своими заклинаниями вызвали появление змей и были преданы. Для меня же, наоборот, картина печати, нарисованная комиссией, оказалась весьма убедительной, так как я понимал, что никакого предательства не было. Комиссия, в конечном счете, сохранила полную верность своему хозяину. Она установила, что печать находится в скверном состоянии, и, несмотря на это, заявила: «Пусть все останется попрежнему».

Комиссия даже не приложила стараний скрыть свое мнение. Она вновь и вновь заявляла и доказывала, что является ярой противницей любых коренных преобразований. Убеждения членов комиссии запрещали им предложить какие-либо изменения; они не позволили им даже поставить в своей работе все те проблемы, которые я только что перечислил. И в конце своего доклада — настоящего изобличительного документа, вопиющего о необходимости коренных реформ, — комиссия с поклоном обратилась к «лордам прессы»: «Не будете ли вы добры, любезные джентльмены, несколько улучшить свое поведение?»

«В рекомендациях комиссии нет ничего поразительного, — говорится в докладе, являющемся образцом сдержанности. — Самое удивительное заключается в том, что нельзя предложить ничего более удивительного. Комиссия считает: это все, что можно было бы сделать».

А то, что, по ее мнению, «можно было бы сделать», по сути дела, почти ничего. Это не только мое личное заключение. Вот как Льюис Ганнет, комментируя в газете «Нью-Йорк гералд трибюн» доклад комиссии, коротко, примерно в тридцати словах, изложил его содержание:

«Находится ли свобода печати в опасности?» — таким вопросом начинается доклад. И тут же дается ответ: «Да».

«Что же мы можем сделать в связи с этим?» — спрашивается далее в докладе. Ответ гласит: «Почти ничего».

А почему же нельзя ничего сделать? Что останавливает комиссию? Все дело в том, что комиссия с самого начала и до конца своей работы сохраняет безупречную верность «свободному предпринимательству», а следовательно, и его проявлению в области общественной информации — «свободной печати». Уолтер Липпман, — пожалуй, единственный ревностный сторонник, которого снискала комиссия в газетном мире, — делает по этому поводу следующее замечание:

«Д-р Хатчинс сообщает, что самое удивительное в рекомендациях комиссии заключается в том, что комиссия не может предложить ничего более удивительного. Я сомневаюсь, чтобы г-н Люс, или какой-либо иной делец в области печати, или журналисты были поражены этим. Поскольку комиссия выступает за свободную печать, она, безусловно, отвергла, любые преобразования в форме цензуры или правительственного контроля. Поэтому ее рекомендации должны были основываться на принципе свободной критики и добровольного самоусовершенствования».

Я присутствовал на пресс-конференции, на которой комиссия представила свой доклад. В ответ на один из вопросов д-р Хатчинс заявил: «Комиссия питает доверие к частному предпринимательству». А в своем докладе комиссия равным образом оказывает доверие частной собственности на печать. По сути дела, члены комиссии так и не потрудились дать ясное определение той «свободе печати», которая, по их мнению, находится в опасности. Считается само собой разумеющимся, что комиссия проводила свое исследование с соблюдением безусловной преданности капитализму как общественной системе и «свободной печати» как единственной системе печати, соответствующей духу капитализма. Поэтому в докладе лишь вскользь указано, что «печать должна оставаться частной собственностью и быть свободной».

Когда же наступает момент предложить меры по улучшению положения, ограниченность независимости комиссии сразу становится явной. Комиссия устанавливает, что пресса представляет собой прямо противополо-

ложное тому, за что выдает ее г-жа Рузвельт, то есть комиссия считает прессу частным предприятием, «закрытым цехом» в области идеологии. Однако комиссия не может рекомендовать ничего лучшего, как только посоветовать владельцам прессы внезапно обрести религию и предоставить страницы своей печати для освещения тех идей, которые им не нравятся

«Огромное влияние современной печати на общественное мнение настоятельно требует, чтобы крупные органы массовой информации проявили готовность распространять идеи, которые не разделяются их владельцами. В противном случае в отношении таких идей не будет соблюден принцип равных возможностей», — говорится в докладе

Будьте любезны сделать это, г-н Херст и г-н Купер! И, представьте, это говорится после того, как комиссия чистосердечно признала, что эти господа отказываются поступать так.

«Любому, кто хочет что-либо заявить, сделать это весьма трудно, если его взгляды противоречат взглядам владельцев печати, редакторов, влиятельных кругов или широко распространенным предрассудкам»

Комиссия устанавливает, что печать вовсе не то, за что она выдает себя вместо того чтобы быть представительной, печать сконцентрирована в руках гигантских корпораций; она не выполняет своих демократических обязанностей, не представляет необходимой информации, не обеспечивает свободного форума для дискуссий, не отражает различных мнений, которые должны лежать в основе таких дискуссий Журнал г-на Люса «Тайм» отмечает:

«Ее [комиссию — *Ред.*] потрясли, с одной стороны, огромные масштабы, а с другой — неприглядность того, что она увидела В докладе говорится

«Эти органы могут способствовать развитию мышления и обсуждению мнений Но они могут и препятствовать этому . Они могут унижать и опошлять человечество, могут быть угрозой миру на земле. ..Они могут раздувать или умять значение сообщений, разжигать и подогревать страсти.. распространять ложь быстрее и шире, чем это могли представить себе наши предки . »

«Они могут делать это,— заявила комиссия,— и они это делают».

Итак, комиссия прекрасно понимает, какой фантастически огромной разрушительной силой обладает печать. Она сознает также, что печать использует эту силу в разрушительных целях. Более того, как утверждает далее «Тайм», она осознает необходимость предпринять против этого какие-то меры:

«В прежние времена, отмечает комиссия, единственным серьезным препятствием, мешающим свободному выражению идей, была правительственная цензура... Теперь защита от правительственных акций недостаточна, чтобы гарантировать человеку, который хочет что-либо заявить, возможность сделать это. Из-за концентрации печати в руках отдельных владельцев круг источников информации и мнений ограничен...»

Короче говоря, единственным методом борьбы с этим является защита граждан от «средств массовой информации» — прессы, обладающей огромной властью и злоупотребляющей ею. Но это — увы! — как раз то, чего не может предложить комиссия из-за негласных обязательств, взятых ею на себя. Убеждения, которые разделяют Генри Люс и тринадцать членов комиссии, не позволят им пойти на такой шаг, даже если бы это был единственный способ спасти человечество.

«Мы не имеем желания уничтожить эти органы.

Мы не хотим, чтобы они принадлежали правительству или контролировались им».

Конечно, нет! Ибо комиссия под «свободой печати» понимает увековечение частной собственности на печать с присущим ей злоупотреблением властью. Комиссии платит не большинство, которое страдает от таких злоупотреблений, а меньшинство, совершающее эти злоупотребления. А если комиссия и указывает на злоупотребления, то только для того, чтобы предупредить своего хозяина, что у большинства могут возникнуть вредные идеи, вслед за чем оно сможет перейти к соответствующим действиям. Однако сама комиссия никогда и ни за что не предложит таких действий.

Давайте посмотрим, что говорится по этому поводу в самом начале доклада комиссии, где утверждается, что свобода печати находится в опасности. Комиссия указы-

вает три причины. Во-первых, — развитие техники. То, что я показал на примере отдельных газет, комиссия преподносит в более общей форме, говоря «о расширении массовых средств информации». Технический прогресс «в значительной степени сократил круг лиц, имеющих возможность выражать свои мнения и идеи в печати». Иначе говоря, значительно большее число людей, чем раньше — по сути дела подавляющее большинство населения, — лишено даже подобия свободы печати. Во-вторых, меньшинство — люди, в руках которых имеется необходимое техническое оборудование и которые действительно пользуются свободой печати, — не служит обществу «надлежащим образом», то есть так, чтобы оправдать свое обладание этой свободой. В-третьих, «время от времени» это меньшинство совершает явно неблагоприятные поступки, которые «осуждаются обществом».

При таких обстоятельствах возникает «опасность», что обществу наконец надоеет безобразное положение, царящее в печати. В конце концов обществу может прийти в голову мысль «регулировать или контролировать» печать. Короче говоря, *опасность* заключается в том, что большинству надоеет «свобода печати», пользоваться которой может лишь меньшинство, и оно начнет действовать и отвоюет себе право на эту свободу. «*Опасность* — с точки зрения комиссии — заключается в том, что свобода печати станет свободой для большинства. Комиссия честно предупреждает своего хозяина об этой опасности в надежде, что он добровольно произведет некоторые улучшения, которые смогут удержать народ от действий, направленных на то, чтобы обеспечить себе подлинную свободу печати! «Будьте осторожны! — кричит комиссия господам Люсу, Сульцбергеру, Херсту, Говарду, Маккормику, Паттерсону и Куперу. — Свобода меньшинства... в опасности!» Право меньшинства пользоваться средствами свободной печати рискует оказаться под угрозой, ибо большинство может потребовать, чтобы ему тоже была предоставлена возможность иногда пользоваться такой свободой. Верная своим хозяевам, комиссия спасла бы меньшинство от такой участи, если бы могла заставить издателей послушаться ее советов.

Однако безупречная преданность не спасает комиссию от нападков со стороны ее хозяев. Верного и честного слугу

ожидает оплеуха. Доклад комиссии был первоначально издан в виде приложения к журналу г-на Люса «Форчун». Докладу была предпослана соответствующая редакционная статья, занявшая четыре страницы, в которой явно сквозило стремление умалить значение доклада, стремление представить его как работу мудрствующих академиков, совершивших безрассудство, то есть взявшихся за дело, в котором они ничего не понимают (среди членов комиссии не было журналистов).

«Неясности в данном докладе совершенно непростительны. Из-за них комиссия лишится значительной доли понимания и симпатии, которые в противном случае были бы ей обеспечены...»

Что же подразумевает журнал «Форчун» под «неясностью»? На следующем примере он поясняет это:

«Познакомьтесь с другим, более серьезным примером неясности академического мышления. В силу своего характера, темперамента и убеждений члены комиссии резко возражают против любой угрозы свободе печати со стороны правительства. В своем докладе они неоднократно и категорически высказываются против правительственного контроля над прессой или вообще против какого-либо вмешательства в ее дела

На четвертой странице, однако, мы наталкиваемся на головоломку. Говоря о новой зависимости граждан от «качества, масштабов и широты обеспечения их информацией», комиссия заявляет: «При таких обстоятельствах возникает настоятельный вопрос: может ли сохраняться положение, при котором печать будет и впредь действовать в зависимости от не подлежащей контролю инициативы немногих людей, которые ею управляют?»

Означает ли это, что, по мнению комиссии, «неконтролируемая инициатива» должна уступить место контролируемой? Оказывается, нет. С присущей ей педантичностью комиссия просто отмечает, что такой неприятный вопрос был поставлен и что его следует рассмотреть!

Что же пытается доказать журнал «Форчун», выражаясь столь туманным образом? Он заявляет, что все это лишь педантизм профессоров, что вопросы в докладе ставятся чисто академически, поскольку члены комиссии уже дали на них ответ и не скажут ничего нового. «Фор-

чун» пытается заставить читателей поверить, что такой стиль — следствие забавного, но, как вам известно, непрактичного характера ученых (по сравнению с нами, бизнесменами, которые умеют вести дела).

Однако «Форчун» знает, что это совсем не так. Печать, столь единодушно умалявшая значение доклада, хорошо понимала, какая трудная задача стояла перед профессорами: как иначе мог быть построен их доклад, если факты подсказывали единственный диагноз — злокачественная опухоль, а комиссия дала обязательство не рекомендовать хирургического вмешательства? Профессора взяли на себя задачу, которая не могла не привести к бесконечным противоречиям: они согласились установить болезнь, но не предлагать метода лечения. Но с кем же они заключили такое соглашение? Конечно, с печатью, которая никогда не поставила бы перед ними такой задачи, если бы не сомневалась в их «враждебности» к любым реформам печати, к любому «вмешательству» в дела частных владельцев. «Форчун» знает, что комиссия не может обратиться к народу с такими словами:

«Что же еще мы могли сделать? Мы не могли изучить печать, не наталкиваясь на факты, показывающие, какие меры следует предпринять для исправления положения. Но мы не можем рекомендовать эти меры, поскольку мы, как и г-н Люс, предпочитаем болезнь излечению».

При таких обстоятельствах «Форчун» может спокойно (хотя с его стороны это вероломство) упрекать комиссию в «академической неясности», которая, в сущности, свидетельствует лишь о верности комиссии «свободному предпринимательству». Но почему же «Форчун» прибегает к методу туманных и косвенных нападок на доклад? Зачем предпринимать штурм крепости, когда в стене имеется брешь, в которую можно незаметно проникнуть ночью? В действительности печать встревожена язвительным описанием ее деятельности и выводами, сделанными комиссией, то есть диагнозом. Это и есть наиболее сильная часть доклада, которую можно не затрагивать. Целесообразнее направить удар по самым уязвимым местам доклада комиссии, то есть по предлагаемым ею мерам в целях разрешения проблемы. Эти меры имеют еще более жалкий вид на фоне убедительного изложения самой проблемы.

Иначе говоря, обвинения против печати звучат еще сильнее оттого, что предлагаемые средства разрешения проблемы столь убоги. Это еще раз подтверждает, что факты потрясающи и громко говорят сами за себя, несмотря на то, что люди хотели бы умолчать о них. Поэтому я намереваюсь широко использовать фактические данные, собранные комиссией, за что и приношу свою искреннюю благодарность г-ну Люсу.

Можно пользоваться материалами комиссии, не соглашаясь с ее взглядами. Заменяем эти взгляды своей точкой зрения. Нам известно, что «по характеру, темпераменту и убеждениям» комиссия должна была встать на защиту «свободы печати для меньшинства». Почему бы мне не выступить в моей работе с такой же явной защитой свободы печати для большинства, даже в том случае (я страшусь высказать столь крамольную мысль!), если это приведет к такому положению, что свободой, которая сейчас принадлежит меньшинству, будут пользоваться все!

#### *Глава восемнадцатая*

### **БИЗНЕС ЕСТЬ БИЗНЕС**

«Газета — это бизнес, которым занимаются ради прибыли. Газета может иметь свои идеалы, но они могут быть и в производстве кирпича».

Таков основной принцип «свободной печати», но его не найти в официально утвержденном изображении печати, сделанном г-жой Рузвельт. Основным принципом в ее теории является конкуренция. Исходя из существования конкуренции, г-жа Рузвельт делает следующие теоретические выводы: имеются тысячи отдельных органов прессы; для того чтобы одержать верх над своими конкурентами, они стараются помещать сообщения, которые пропустил их соперник. Каждый такой орган принадлежит отдельному издателю, стремящемуся подать материал более живо, чем его конкурент, освещая его со своей личной точки зрения. На самом же деле выигрываем от этой конкуренции мы, публика: мы располагаем всеми фактами и знакомимся с различным их толкованием.

Это — идеал, к которому следует стремиться, но не следует полагать, что так оно и есть в действительности,

Практика не совпадает с теорией и не дает обещанных результатов. На деле мы сталкиваемся с фактами, являющимися естественным следствием истинной движущей силы бизнеса,— стремления к извлечению прибыли. Каждое предприятие должно участвовать в погоне за прибылью сообразно со специфическим характером данного предприятия, с его конкретными условиями. Что касается газет, то им свойственны следующие незыблемые условия, объясняющиеся характером современной печати как бизнеса.

«По сути дела, печать может продавать с выгодой лишь одно — место на своих страницах. Фактически она продает две вещи: газету — читателю, а место в газете — лицу, помещающему рекламу. Первоначально основным источником прибыли для газет были ее читатели. Реклама являлась лишь побочным продуктом. Однако постепенно объем рекламы возрастал, спрос на газету увеличивался, и те времена, когда газета могла существовать только за счет подписки, канули в вечность. Сейчас производство одного экземпляра газеты.. обходится значительно дороже той цены, которую платит за него читатель. Дефицит покрывается рекламой, получение прибыли тоже целиком обеспечивается рекламой».

Вероятно, нет необходимости специально указывать, что это относится также и к большинству журналов, причем в значительно большей степени. Для издания такого журнала, как «Лайф», необходимо сложное и дорогостоящее оборудование, тогда как цена одного экземпляра журнала ничтожна первоначально он продавался за десять центов, а сейчас за двадцать. Зависимость радио от рекламы еще больше. Радио существует только за счет рекламы, поскольку радиопередачи идут в эфир бесплатно.

Итак, погоня за прибылью происходит соответственно сложившимся обстоятельствам. Каковы же результаты? Что в действительности определяет содержание печати вопреки разглагольствованиям г-жи Рузвельт? Ответ на это надо искать в продолжении приведенной цитаты, в которой говорится о рекламе.

«Это приводит к необходимости увеличивать тираж — прежде всего для того, чтобы привлечь рекламодателя. В свою очередь, это безусловно ока-

зывает большое влияние на методы увеличения тиража, заставляя большинство газет отказываться от обычного метода публикации международной информации в соответствии с ее важностью и побуждая их помещать новый материал с единственной целью — приобрести дополнительный круг читателей.

В частности, из-за этого особое внимание уделяется тем сообщениям, к которым, по мнению издателей — иногда справедливому, иногда ошибочному, — публика проявляет живой интерес. Иллюстрации, специальные статьи и интервью под крупными заголовками настолько заполнены сексуальными темами, сообщениями о преступлениях и спортивными новостями, что заслоняют настоящую информацию...»

Почему же то, что происходит в действительности, так резко отличается от теоретических выводов г-жи Рузвельт? Это проистекает от того, что в теории г-жи Рузвельт имеется одно существенное упущение, она обошла молчанием основной факт, а именно, что печать — это бизнес. Никто не отрицает, что конкуренция играет огромную роль в бизнесе, однако в данном случае конкуренция ведется совершенно не в тех целях, которые г-жа Рузвельт благожелательно приписала прессе. Существующая конкуренция — это не сражение за идеалы, а борьба за прибыль. Методы конкуренции тоже не выбираются; содержание — в данном случае имеются в виду цели конкуренции — определяет ее методы. Поскольку цель конкуренции — отнюдь не достижение триумфа какой-либо идеи, то в ней отсутствует борьба убеждений вопреки тому, что утверждает г-жа Рузвельт. Оказывается, быть издателем вовсе не значит посвятить себя служению какой-либо идее, трудиться денно и ночью ради того, чтобы убедительнее доказать правильность своей точки зрения и представить в подтверждение ее более исчерпывающие данные, чем у издателя-конкурента. Издатели — не идеалисты и не поборники идей, и конкуренция между ними ведется отнюдь не за умы людей. Конкуренты прежде всего бизнесмены, а ожесточенная борьба между ними ведется из-за прибыли.

Таковы поправки к теории г-жи Рузвельт, которые помогают нам разобраться в том, что происходит в действительности. Вышеприведенное описание печати дано

бизнесменом Эрнестом Элмо Колкинсом в его книге «Бизнес — цивилизатор». Это описание во всем расходится с изображением прессы, сделанным г-жой Рузвельт, так как оно соответствует действительности. Специалист по рекламе Колкинс должен хорошо знать, что представляет собой печать на самом деле, иначе ему не избежать бы краха своего предприятия. Г-жа Рузвельт либо не знала того простого факта, что печать является бизнесом и что основной стимул бизнеса — прибыль, либо (по причинам, известным только ей одной) исключила эти принципиальные вопросы из своей теории. Вследствие этого не могло не возникнуть путаницы по вопросу о том, какова же существующая практика, — путаницы, которая характеризовала рассуждение таможенного инспектора, заявившего:

«Лягушки — это жабы, а жабы — насекомые, подлежащие обложению пошлиной; кошки же — домашняя птица, которая провозится беспошлинно».

Ничто из изложенного мною на этих страницах нельзя назвать «разоблачением». Колкинс, например, совсем не заинтересован в том, чтобы рассеять иллюзии, опорочить печать или раскрыть истинную, то есть материальную, основу «свободного предпринимательства». Наоборот, в названии его книги нет и тени иронии: он пытается убедить бизнес в необходимости прибегнуть к более ловким приемам, чтобы завоевать расположение общественности. Колкинс писал свою книгу в 1928 году, будучи во власти иллюзий, которые характеризовали период расцвета, предшествовавший кризису. Рассуждая о печати, он не преследует никаких других целей, кроме защиты интересов своих клиентов — рекламодателей. Но и в этих рамках он подходит к проблеме не с моральной, а с чисто материальной точки зрения.

Колкинс озабочен следующей проблемой: печать постоянно претерпевает изменения, как и все остальное в мире. В результате перемен, происходящих в газетном деле, возникает опасность, что рекламодателю придется платить за то, чего уже более не существует. Когда источником прибыли для газеты была продажа ее читателям, содержание газеты придавало ей определенный характер, который и привлекал читателей. Но Колкинс не верит, что после всех описанных им преобразований газета сохранит прежнее влияние на читателя. Что полу-

чит за свои деньги рекламодатель, если «газеты продаются в убыток, доход приносит лишь место для рекламы, а сообщения оглашаются бесплатно?» Этот практический вопрос лежит в основе работы Колкинса, вследствие чего мы имеем здесь обстоятельную и трезвую оценку предприятия, данную бизнесменом, где все явления объясняются с учетом соображений рынка, а соображения морального порядка отсутствуют (бизнесмен вспоминает о морали лишь в воскресенье, когда его контора закрыта).

«В данной работе, — пишет Колкинс, — не приняты в расчет ни эстетические или моральные соображения, ни требования хорошего вкуса или благопристойности. Речь идет лишь о выгоде. Хорошая газета — хорошее средство распространения рекламы. Но если вследствие ненормального и ненужного расширения некоторых сфер информации или путем подачи ее читателю в новом виде тираж увеличивается, превышая законный спрос, то рекламодателю предлагают платить за новый тираж по той же расценке, что и за старый. Оправдывает ли это себя?»

Я не заканчиваю на этом свои ссылки на Колкинса. Позднее я вернусь к нему. Колкинс питает интерес главным образом к вопросу о влиянии рекламы на содержание газеты, и наоборот, тогда как *я интересуюсь более широкой проблемой и реклама для меня — лишь часть этой проблемы. Я хочу показать решающее влияние на печать стремления к наживе.* Для этого мы должны вернуться назад, к периоду, когда реклама еще отсутствовала, когда не появился еще и сам Колкинс.

Начало всему было положено не рекламой. Как отмечает Колкинс, газета превратилась в товар, подобно мылу или консервированному супу, не из-за рекламы. И превращение печати в бизнес произошло тоже не под влиянием рекламы. Наоборот, «реклама была побочным продуктом». До того, как печать стала зависеть от порожденной ею же самой рекламы, она извлекала прибыль из «тиража». Или, как об этом говорит Колкинс, первоначальным «источником дохода» были читатели. Если теперь газеты продаются в убыток, то такое положение существовало не всегда. Еще не так давно продажа газет приносила доход, и, следовательно, уже тогда печать была бизнесом.

Но даже и этот более ранний этап не был первым в истории газетного дела. До него существовал еще один период, которого Колкинс не касается, но который имеет для нас огромное значение, поскольку тогда, как и сейчас, газеты продавались, как правило, с убытком, но только убытки в то время не компенсировались рекламой. Как же тогда газеты извлекали прибыль? Да никак! Они даже и не стремились к этому, ибо печать тех времен еще не была бизнесом.

Ясно, что именно это и есть та отправная точка, с которой мы должны начать свое исследование о влиянии стремления к наживе на печать и на свободу печати. Мы хотим установить, когда возник корень зла, каким образом печать превратила вчерашнего читателя в сегодняшнего потребителя, а свою аудиторию — в рынок? Если мы сможем ответить на эти вопросы, тогда мы сможем задать — а возможно, даже и ответить — на еще более сложный вопрос: каким образом это превращение аудитории в рынок, в свою очередь, изменило печать? Каким образом оно превратило то, что являлось источником информации и средством просвещения, в мощную промышленность, продающую свой товар точно так же, как всякая другая промышленность? Станный, своеобразный товар, не похожий ни на один вид товара, который когда-либо раньше предлагался на мировом рынке!

### *Глава девятнадцатая*

### **НЕБЕСА И ИСТОРИЯ**

Истории нет дела до морали. Это еще один бесспорный факт, которого нет в представленных г-жой Рузвельт арифметических доказательствах того, что наша печать «свободна». Этот факт явно отсутствует в официальной доктрине, провозглашенной Кентом Купером и гласящей, что наша «свободная печать» — это «моральная концепция», а отнюдь не материальная действительность. И все же, несмотря на странную смесь фанатического пыла и напористости торгаша, пущенную в ход г-ном Купером, печать Соединенных Штатов в ее нынешнем виде не была порождена небесами. Она — продукт истории. Ее нельзя даже назвать желанным ребенком. Скорее всего она плод случайности. «Свободная печать»

возникла из совершенно иного источника информации, под влиянием исторических условий определенного периода и определенных материальных факторов. Добро и зло в сердцах людей могли сыграть свою роль, но ни то, ни другое не создало «свободную печать» и не могло предотвратить ее появление.

Несмотря на бесспорность этого положения, мне все же приходится останавливаться на нем, ибо почти каждый человек склонен, не задумываясь, считать привычные явления существующими вечно. Мы считаем нашу газету естественным средством информации о текущих событиях и поэтому единственной возможной формой передачи ее народу. И все же «свободная печать» не имеет такой давности, как, скажем, египетские пирамиды или даже конституция Соединенных Штатов! Она не является вечным институтом и вряд ли просуществует еще сто лет.

Раз не была ты первой силой,

Не будешь и последней ты.

Нет, не начало ты и не конец!

«Свободной печати» лишь немногим более ста лет, тогда как человеческому обществу в течение тысячелетий в ходе неизбежных поисков заработка приходилось собирать и распространять информацию. Комиссия упоминает о древнейшем источнике информации, который имеет подозрительное сходство с нью-йоркской газетой «Дейли ньюс»!

«Древнейшее средство массовой информации, о котором у нас сохранились сведения, — это «Акта диурна» [«Ежедневные новости». — *Ред.*] — официальный бюллетень, сообщавший о событиях в Риме во время первых цезарей. В «Акта диурна» помещалась разнообразнейшая информация; в нем сообщалось о спортивных новостях и преступлениях, а также о других сенсационных событиях; в нем публиковались уведомления о государственных делах, содержалась официальная пропаганда».

Как бы привычно это ни звучало, мы избежим бесконечной путаницы, если не поддадимся искушению сделать выводы на основе такого поверхностного сходства. Каждая система — неизбежное следствие потребностей определенного общества; потребности одного общества должны отличаться от потребностей другого общества, ибо сами общества отличаются друг от друга. В каждом

случае имеются конкретные исторические условия, свойственные только данному периоду. Поэтому мы должны искать сущность системы не в ее сходстве с другими системами, а в ее отличительных чертах. Причем нельзя рассматривать эти отличительные черты абстрактно; следует проводить конкретное *различие между историческими условиями, в которых существует данная система, и условиями, в которых существует иная, например наша, система.*

Обобщения, с такой легкостью сделанные г-жой Рузвельт в ее выступлении, не отвечают этому требованию. Г-жа Рузвельт особенно подчеркивала различие между «свободной» и «контролируемой» печатью, но она ничего не сказала об исторических условиях, в которых та и другая существуют. В результате ее сравнение не только лишено последовательности, но и сама «свободная печать» в ее изображении не имеет никакого сходства с действительностью. Г-жа Рузвельт не говорит ни слова о материальной заинтересованности владельцев печати, но зато очень много — об активном соревновании идей и информации. Картина, нарисованная г-жой Рузвельт, безусловно, нисколько не похожа на «свободную печать» 1953 года; скорее это ее устаревшая фотография. Больше всего эта картина напоминает первую печать молодой американской республики 1783 года! Ибо печать отцов-основателей не была еще скована рамками бизнеса и не являлась рабом погони за прибылью. В этом отношении печать была свободна. И конкуренция между газетами того периода значительно больше соответствовала описанию г-жи Рузвельт, чем конкуренция газетных дельцов в наши дни. Соперничающие газеты вели между собой борьбу за идеи; по крайней мере, они пытались привлечь на свою сторону читателей и завоевать при помощи аргументов их поддержку. Отсюда то разнообразие информации, разностороннее ее освещение и противопоставление точек зрения, которые, по мнению г-жи Рузвельт, свойственны нашему времени.

В те дни можно было прочитать первую попавшуюся газету, не обнаружив — как это бывает сейчас, — что в каждой из них опубликованы одни и те же сообщения, изложенные буквально теми же самыми словами, так как все они написаны одним и тем же автором из нью-йоркского информационного агентства

Я не собираюсь восхвалять раннюю прессу или изображать Золотой век журналистики, которого никогда не было. Я просто хочу показать, что тогда существовала особая система печати, совершенно не похожая на нынешнюю, поскольку она возникла в определенных исторических условиях, которые не могут повториться. Основные черты печати того периода характеризовались следующим образом:

«Газеты периода, последовавшего за объединением английских колоний в Соединенные Штаты, в основном служили оружием в арсенале правительства или оппозиции».

Условия того времени породили печать, целью которой было изложение взглядов определенных политических группировок. Поэтому ее финансировали те группы, которые выражали в ней свои взгляды. Газеты выполняли свою задачу с таким рвением, что их действия были похожи на действия гангстеров. В 1797 году «Колумбия сентинел» писала по поводу одного из номеров соперничающей с ней газеты:

«Такая свобода печати весьма напоминает свободу сжигать наши дома».

Покойный Чарлз Бэрд бесстрастно заметил, что «по своему происхождению свобода печати имеет мало общего с правдивым изображением». Отцы-основатели сочли бы его замечание до абсурда сдержанным. В своих замечаниях по поводу печати они проявляли не больше сдержанности, чем печать в своих высказываниях о них. Джон Адамс<sup>1</sup> говорил, что газеты «всячески потворствуют и предоставляют почти неограниченный простор» таким порокам, как «слепой фанатизм, злословие, низкая, вульгарная и грязная непристойность и отъявленная ложь». Вениамин Франклин<sup>2</sup> предлагал против этого следующее средство:

«Я предлагаю оставить свободу печати. Пусть она проявляется во всю мощь и ширь, но на равных

---

<sup>1</sup> Джон Адамс (1767-1848) — президент США в 1825-1829 годы, дипломат и публицист. В конгрессе США возглавлял умеренное крыло аболиционистов — сторонников уничтожения рабства. — *Прим. ред.*

<sup>2</sup> Вениамин Франклин (1706—1790) — американский политический деятель и ученый. Играл большую роль в борьбе американских колоний за независимость и создание США. Выступал за освобождение негров. — *Прим. ред.*

*правах* с ней должна существовать свобода дубинки».

На этом заканчивается большинство рассуждений о характере ранней печати, но это лишь поверхностные замечания. Те, кто не видит в ней ничего иного, могут приветствовать последующую ликвидацию этой печати и замену ее мнимо беспристрастной печатью как важный шаг в прогрессе человечества, Я не хочу высказывать какого-либо мнения по поводу моральных достоинств ранней печати; я не имею намерения установить, было ли ее исчезновение победой или поражением с духовной точки зрения. Я хочу лишь разобраться в том, что произошло в действительности, а для этого необходимо понять, что ранняя печать представляла собой нечто большее, чем просто печать резко враждебных друг другу политических группировок.

Она, несомненно, была таковой. *Но вместе с тем она была классово печатью — печатью правящего класса Соединенных Штатов. Господство меньшинства собственников является ключом к пониманию характера ранней американской печати.*

«Менее шести процентов взрослого населения голосовало за конвенты, которые должны были ратифицировать конституцию». («Свободная и ответственная печать».)

Имущественные ограничения закрывали дорогу для большинства. Неграмотность также ограничивала число читателей газет, а следовательно, и роль народа в выработке политики. Нам часто напоминают слова Томаса Джефферсона<sup>1</sup> о том, что, если бы ему пришлось сделать выбор, он скорее предпочел бы печать без правительства, чем правительство без печати. Но я не помню, чтобы мне когда-нибудь цитировали фразу, произнесенную Джефферсоном, которая следует сразу же за этим высказыванием и уточняет, что именно он имел в виду:

«Но я считаю нужным пояснить, что каждый человек должен получать эти газеты и уметь читать их».

---

<sup>1</sup> Томас Джефферсон (1743—1826) — выдающийся американский просветитель XVIII века, идеолог буржуазно-демократического направления во время войны за независимость в Северной Америке (1775—1783), президент США в 1801—1809 годах. Автор Декларации независимости США. — *Прим. ред.*

Издатели газет времен Джефферсона не разделяли его пристрастия в пользу большинства Журналистика, пропитанная классовыми предрассудками правящего меньшинства, отражала вечный страх, который испытывали шесть процентов населения перед девяносто четырьмя процентами, — постоянный страх, одолевающий «имущих» при мысли о том, как бы «неимущие» не отняли у них все, чем они владеют. Таким образом, издатели газет — представители нового правящего класса буржуазии, в течение веков громившие старое титулованное дворянство за то, что оно было противником всяких знаний и выступало против распространения просвещения или информации, теперь поступали совершенно так же, как и класс, который они заменили. Отвоевав наряду с политической свободой свободу печати (разумеется, только для себя), новый правящий класс Америки — класс капиталистов, находившийся тогда в стадии формирования, принял все меры, чтобы не допустить опасного просвещения простого народа.

Печать служила политическим группировкам, которые представляли враждовавшие финансовые интересы внутри правящего меньшинства. И все же эти непримиримые противники, ведя между собой борьбу, не нарушали единства общего фронта против трудящегося люда, который требовал защиты *своих* интересов и предоставления ему политических прав для охраны этих интересов. Ссоры между группами нашли свое выражение в яростных выступлениях печати; а о единстве класса свидетельствовала другая особенность печати — классовая замкнутость. Печать была недоступна для большинства американцев. Выходящие газеты распространялись среди такого ограниченного круга читателей, что газеты не могли существовать за собственный счет — их приходилось субсидировать. На это шли сознательно, ибо иметь своих читателей среди рабочих печать не желала.

«Цена газет автоматически лишала рабочих возможности покупать их, даже если тяжеловесный стиль и содержание, отражавшее взгляды предпринимателей или политических деятелей, не убивали полностью интереса к газетам». (Джеймс У. Браун, Век промышленного прогресса, глава «Журналистика и издательское дело».)

Цена в шесть центов была абсолютно недоступна для городских рабочих, которых тогда обычно называли «мастеровыми», не говоря уже о более широких массах сельскохозяйственных рабочих. Причем дело было не только в цене. Купить отдельный экземпляр газеты было невозможно, так как уличной продажи газет не существовало. Надо было подписаться на газету, то есть выложить сразу такую солидную сумму, которую могли позволить себе лишь состоятельные люди. Но именно это и считалось правильным, так как только состоятельные люди были желательными читателями.

Вследствие этого тиражи газет были поразительно невелики. Вначале, когда у печати еще только начинал появляться ее грозный конкурент, в Нью-Йорке, например, выходило лишь одиннадцать ежедневных газет, причем тираж любой из них не превышал 1 700 экземпляров! А ведь Нью-Йорк оставил далеко позади все другие города страны. Более чем через пятьдесят лет после подписания Декларации независимости многие газеты в районах, которые теперь считаются в Соединенных Штатах столичными, располагали аудиторией в ... двести читателей!

Таково было положение страны и состояние печати. Это и придает замечанию Джефферсона такой глубокий, даже пророческий смысл. Не прошло и десяти лет после смерти Джефферсона, как начали появляться газеты и журналы, доступные каждому человеку. Широкие массы встретили их с энтузиазмом. Конечно, для того чтобы одержать полную победу над старой печатью, потребовалось более десяти лет; остатки старой печати и журналистики политических группировок сохранялись на протяжении десятилетий, постепенно теряя свое влияние. Но первое появление массовой печати в 1833 году было настолько знаменательным событием, что именно этот год можно считать годом зарождения новой печати, или «свободной печати», ибо по своему характеру она была таковой.

Это было крупным революционным событием, которое поборники «свободной печати» считают торжеством человеческого разума. Это было «необходимостью», породившей то, что Кент Купер называет высшей «моральной концепцией» человека. Купер имеет в виду замену содержания старой печати, отражавшей узкопартийные инте-

ресы политических группировок, универсальной формулой, содержанием, приемлемым для любого читателя и любого издания. Но мы опять-таки видим, что ни добро, ни зло в этом событии не сыграли никакой роли. Преобразование печати было историческим процессом, объективным, обособленным, бесстрастным и не имеющим никакого отношения к морали. Характер новой печати не был предрешен заранее, он сформировался независимо от воли человека. Поэтому новая печать была совершенно не похожа на ту печать, которую, по мнению Джефферсона, должны были читать все люди.

В результате такой перемены была ликвидирована печать политических группировок и вместо нее создана печать массовая. Казалось, это был шаг вперед, представлявшийся на «первый взгляд демократическим преобразованием. Однако люди, которые выполнили волю истории в этом революционном процессе, были движимы отнюдь не моральными побуждениями, будь то в интересах добра или зла. Из американской действительности девятнадцатого века они почерпнули важный жизненный факт этого века, народные массы пришли в движение, открытая диктатура аристократических шести процентов населения была обречена. Рост и экономическое развитие Соединенных Штатов заставили самих правителей отказаться от своих предрассудков, в современном, более сложном промышленном производстве прежнего неграмотного рабочего нельзя было использовать. В таких условиях народ быстро расширял свои права — право на участие в голосовании и на активную политическую роль. Таков был дух времени, *и каждый мог видеть это.*

Видел это и врач Кристофер Колумбус Конуэлл, и художник Бенджамин Х. Дей, и журналисты-политики старой школы политических группировок Джеймс Гордон Беннет и Горес Грили. Они увидели в этом потенциальную возможность развития новой журналистики массовый тираж вместо замкнутости узкопартийной газеты.

Они подходили к этому не как альтруисты, которым представился случай осуществить свои идеалы, а как дельцы. Не они создали возможности для бизнеса, они просто ухватились за них. Не они создали широкий круг читателей, он уже существовал и ожидал. Их роль све-

лась к тому, чтобы превратить эту широкую аудиторию читателей в массовый тираж. Двигали же ими отнюдь не духовные побуждения, не желание просветить рабочий класс и не определившиеся позднее идеалы «служения народу» типа идеалов клуба Ротарей и Киванис или типа идеалов Бэббита<sup>1</sup>. Их логика была логикой предпринимателя: массовый тираж способствовал снижению себестоимости продукции. При низкой себестоимости продукции для извлечения высокой прибыли остается лишь добиться неуклонного расширения продажи. Массовый тираж — начало и конец данной формулы: в начале массовое производство, в конце — массовый сбыт.

Для завоевания широкого рынка новые предприниматели не сразу выработали священную формулу Кента Купера. В основе их успеха лежало отнюдь не обещание заменить узкопартийную печать с ее эгоистическими интересами и бранью по адресу противника «объективной» информацией. Они бросили вызов старой печати, установив цену на газету в один цент! Они одержали верх над своими конкурентами при помощи более низких цен, а изменение содержания газет было лишь следствием этого, так сказать, побочным продуктом. Дешевая газета не только обеспечила массовый тираж, без которого она не могла бы существовать, но и отняла у старой прессы те жалкие остатки подписчиков, которые поддерживали ее существование. Через несколько лет старая журналистика исчезла, и никто не пролил ни одной слезы по этому поводу. Шестицентовые газеты погибли. Победили грошовые издания!

Сторонники моральных концепций могут и в этом найти утешение: победа гроша означала подъем печати. Газеты и журналы завоевали такое влияние, власть и престиж, о которых не омега мечтать печать прошлого.

Но я хочу предложить поборникам морали свою собственную противоположную мораль: победа одного цента означает стократный триумф доллара! Новости стали коммерческим предприятием, информация превратилась в бизнес. А публика? К чорту публику!

---

<sup>1</sup> Бэббит — герой одноименного романа Синклера Льюиса.—  
*Прим. ред.*

**КОЛИЧЕСТВО ВМЕСТО КАЧЕСТВА**

Врач из Филадельфии, чье имя — Кристофер Колумбус Конуэлл — как бы символизировало его деятельность, создал первую в Соединенных Штатах газету, основанную на новом принципе. Для своей газеты он также подыскал подходящее название — «Цент»! К несчастью, в 1832 году он умер от холеры, не увидев успеха (или неудачи) своего эксперимента. Обстоятельства равным образом не благоприятствовали аналогичным попыткам, предпринимавшимся в других юродах, в том числе и попытке Гораса Грили в Нью-Йорке. Отсутствие у Грили капитала привело к столь быстрому краху его газеты «Морнинг пост», что она вряд ли оказала влияние на другого — преуспевшего — предпринимателя, рискнувшего создать подобную газету, и на его предприятие.

Нам придется признать справедливость претензий газеты «Дейли ивнинг транскрипт» на первенство в этой области. «Дейли ивнинг транскрипт» начала издаваться в Бостоне летом 1830 года (когда я проезжал через этот город в последний раз, она все еще издавалась). Лишь в одном, формальном отношении она не отвечала требованию — ее нельзя было назвать буквально одноцентовой газетой. Однако ее подписная цена — четыре доллара в год — приближалась к указанному уровню и безусловно сулила большой тираж. Но Бостон был просто неподходящим местом для крупных революционных преобразований, и поэтому успех «Дейли ивнинг транскрипт» оказал на назревший исторический перелом в развитии американской печати не большее влияние, чем крах «Морнинг пост».

Хотя, возможно, что этот успех все же оказал кое-какое косвенное влияние: перелом произошел к 1833 году в Нью-Йорке, когда один типографский служащий начал издавать газету «Сан». Он изучил печатное ремесло в газете «Спрингфилд рипабликен», издававшейся в Массачусетсе. Как бы то ни было, Нью-Йорк был единственным крупным городом, способным обеспечить предприятию крупный размах, и, как показывает история, перелом действительно произошел в Нью-Йорке.

Бенджамин Дей, выступивший в роли новатора в этой области, не сидел сложа руки, ожидая подписчиков, как

была принято в то время. Он сам активно занялся продажей своей газеты. Впервые газета была не только предложена трудовому люду по доступной для него цене, но и доставлялась туда, где он мог купить ее, когда хотел этого. В первых номерах газеты «Сан» было объявлено о значительной скидке «тем, кто будет приобретать ее для перепродажи». Реакция публики была немедленной и благоприятной, настолько благоприятной, что Дей оказался на грани банкротства из-за слишком большого успеха. Им была создана газета XIX века, и спрос на нее соответствовал веку, тогда как типографское оборудование XVIII века не было рассчитано на массовое производство. Дей печатал «Сан» на печатном станке, который приводился в движение вручную!

Первые технические достижения в типографском деле, вызванные появлением новой журналистики, спасли положение. Дей перевел свой плоскопечатный станок на пар. Но даже и теперь он мог удовлетворять спрос на газету, лишь загружая до предела свое оборудование. Почти два года новый издатель был занят сложной проблемой — изысканием средств, при помощи которых можно было пожинать плоды победы. Дей первым одержал успех в новой области, и пока что эта область целиком принадлежала ему. Однако сама эпоха требовала нового вида журналистики, о чем свидетельствуют более ранние попытки, и не будь успешного примера Дея, его роль все равно выполнили бы другие. Быстрый подъем газеты «Сан» не мог не вызвать появления конкурентов. Медовый месяц Дея окончился 6 мая 1835 года, когда Джеймс Гордон Беннет выпустил первый номер газеты «Нью-Йорк геральд».

С этого момента и вплоть до настоящего времени, то есть в течение ста восемнадцати лет, в области «свободной печати» велась ожесточенная конкуренция. Однако эта конкуренция не только не породила того высокого соперничества интеллектов, которое описывала г-жа Рузвельт, но и не имела ничего общего с информацией и изложением взглядов. Конкуренция велась из-за тиража, поэтому нет нужды строить предположения, что произошло с информацией в ходе борьбы между конкурентами: мы можем изучить это на фактах. Это лишь глава из истории борьбы за тираж.

Конкуренция не создает потребности в массовом ти-

раже — она просто выявляет ее. Это внутренняя движущая сила новой журналистики, возникшая с самого начала в силу самого характера одно-центовой газеты: массовое производство для массового потребления. Она требовала от издателя: «Добивайся тиража любой ценой». До тех пор, пока Дей был единственным в области «одноцентовой прессы», это требование было не слишком настойчивым. Ему не приходилось на деле дорого платить за тираж: «любой ценой» было лишь образным выражением. Но когда ему начал угрожать конкурент, когда в одном городе цель безграничного увеличения тиража преследовали уже две газеты, само существование которых зависело от наличия большого тиража, это выражение перестало быть образным и стало действительностью.

Это была целиком и полностью новая проблема, не существовавшая в печати до возникновения газеты «Сан». Раньше для основания газеты надо было найти покровителя или группу лиц, действующую в качестве такового, а также от двухсот до тысячи людей, которые проявили бы желание подписаться на газету, поскольку их интересы совпадали с интересами покровителя. Этого можно было добиться, не причиняя вреда никому другому, и если кто-либо еще начинал издавать газету, то он никого не вытеснял из области печати. Вы могли продолжать свою деятельность год за годом с одинаковым успехом и лишь укреплять свои силы от увеличения числа конкурентов. Статистические данные «красноречивы. Когда «Нью-Йорк геральд» выступила в качестве конкурента газеты «Сан», в Нью-Йорке было еще тринадцать ежедневных газет старого типа, одиннадцать газет, выходящих два раза в неделю, и тридцать одна еженедельная газета!

Я повторяю: разница в численности носила скорее качественный, нежели количественный характер. Цифры таковы: в 1836 году одиннадцать шестидесятицентовых ежедневных газет выходили тиражом менее двух тысяч экземпляров каждая. Их общий тираж достигал 21 400 экземпляров и делился почти равномерно между всеми одиннадцатью газетами. Провозвестница новой эры в газетном деле газета «Сан» уже имела тираж, превышающий тираж всех одиннадцати газет — 27 тысяч экземпляров! Однако подписка и тираж, патроны и клиенты — разные вещи. Их нельзя сравнивать количественно, как

нельзя складывать помидоры с ботинками. Свыше пятидесяти газет старого типа могли не только существовать, имея по две тысячи подписчиков каждая, но и имели для этого моральные основания. Ни читатели, ни авторы статей не думали, что значение опубликованных материалов зависит от размера тиража. Влияние содержания газеты на ход событий и политику страны может не соответствовать числу подписчиков газеты. Массовая газета не обладала ни такими возможностями, ни такой гибкостью. Крупный тираж был необходим как воздух газетам «Сан» и «Нью-Йорк геральд» в тридцатых годах прошлого столетия, как он необходим газетам «Нью-Йорк Таймс» и «Дейли ньюс» в пятидесятых годах двадцатого столетия.

Увеличивай тираж или гибни — таков железный закон современного бизнеса. Для современной газеты сокращение тиража равносильно недостатку кислорода. Уменьшите поступление кислорода — сократите тираж, — и прекратится поступление доходов, а затем и само предприятие. В те времена, как и теперь, сокращение тиража или даже просто невозможность постоянно увеличивать тираж соответственно непрерывно растущему общему уровню цен означало банкротство издателя и гибель его газеты. Содержание газеты совершенно не принималось в расчет; вопрос о том, оказывала ли она влияние на умы людей или нет, был абсолютно несущественным. Имело значение лишь одно — количество проданных экземпляров газет. О содержании газеты судят сто тому, как она расходуется. Если газета раскупается, значит ее содержание хорошее, если нет — плохое. Мораль сводится к арифметике: количество превращается в качество. Вместо редактора, умеющего разъяснять насущные проблемы, приходит бухгалтер.

В эпоху господства шестицентовых газет деньги не имели значения. Когда же воцарилась центовая газета, доллар стал диктатором. И единственным важным источником прибыли стал тираж. Даже названия половины газет говорили о их готовности помещать коммерческие объявления: «Меркэнтайл адвертайзер», «Мерчэнтс энд мекеникс адвертайзер», «Дейли адвертайзер», «Коммершл адвертайзер», «Газетт энд дженерал адвертайзер»<sup>1</sup>. На

<sup>1</sup> Английское слово «адвертайзер» (advertiser) означает «дающий объявление», «рекламодатель». — Прим. ред.

самом же деле это свидетельствовало лишь о желании их владельцев, чтобы газеты отвечали своему названию.

«Реклама существовала, но не более. В различных объявлениях предлагались суда для фрахта, проезд в Европу, партия груза с кораблей, только что прибывших из дальних стран. Это относилось к портам. Во внутренних же районах страны платные объявления касались главным образом людей и скота.

.. Примерно в это время появились продавцы патентованных лекарств и практикующие врачи, обещавшие излечить «болезни крови». Появились также слегка завуалированные предложения дам, занимающихся древнейшим ремеслом». (Браун, «Журналистика и издательское дело».)

Наряду с объявлениями, касающимися взаимоотношений полов, не менее радушно принимались извещения об аукционах по распродаже невольников и объявления рабовладельцев о вознаграждениях тем, кто вернет сбежавших рабов. Но выпрашивать рекламу — этого не допускали джентльмены и журналисты. Поэтому «фактически рекламы розничных торговцев еще не существовало и совершенно не было того, что именуется сейчас общенациональной рекламой». Вследствие этого доход от рекламы был ничтожен и все надежды издателя, который хотел увеличить доход, возлагались на тираж.

В данном случае термин «любой ценой» находит свое полное выражение. Цель, которую преследует издатель, — отнюдь не моральное удовлетворение, а максимально большой тираж, ибо моральное удовлетворение не только не приносит дохода, но не дает даже возможности существовать. Необходим тираж, и ради него нужно быть готовым к любым жертвам. А что же следует приносить в жертву? Ну, конечно же мораль!

#### *Глава двадцать первая*

#### **МЯСОРУБКА**

Сенсация — это источник роста тиража, а тираж, в свою очередь, — это сила, способная породить людей на луне. Именно сенсация, использованная в погоне за тиражом, была причиной того, что на луне обнаружили человека. Я расскажу вам, как это произошло.

Бен Дей инстинктивно понимал, что массовый тираж потребует какого-то нового содержания, чего-либо необычного, что вызвало бы усиленный интерес к газете. Первый номер газеты «Сан» заронил семена сенсации на почву американской журналистики: появился невиданный доселе небольшой раздел полицейской хроники. Тон его был легкомысленным, а сообщаемые подробности настолько смелы, что их постеснялась бы поместить даже современная бульварная газета. Этот небольшой раздел был лишь скромным началом, предвещавшим появление чего-то нового. На первых порах небольшие нововведения были вполне достаточны, пока у «Сан» неожиданно не появился конкурент и ее владелец Дей не ощутил на своих боках шпоры конкурирующего с ним Беннета. Через шесть месяцев оба издателя зашли в своем соперничестве так далеко, что это в корне изменило облик печати Соединенных Штатов.

Газета «Сан», например, открыла на луне человека, вернее людей. Чтобы быть возможно более точными, укажем, что это были какие-то существа, по виду нечто среднее между человеком и орангутангом с крыльями летучей мыши. Научное название, которым самым серьезным образом окрестили это дополнение к фауне вселенной, было «Веспертилио гомо», или «Человек — летучая мышь».

Честь открытия принадлежала исключительно газете «Сан». Оно датируется сентябрем 1835 года, на пятом месяце конкуренции между газетами. Вот краткое изложение истории, о которой в течение девяти дней говорила вся страна (если не весь мир).

Английский астроном сэра Джон Хершел изобрел удивительный прибор, теоретически способный увеличить мощность телескопа до пределов, о которых до тех пор трудно было даже мечтать. Утверждали, что если применять его в сочетании с гигантским телескопом, то можно якобы увидеть сравнительно небольшие отдельные объекты на планетах, например на луне. За счет английскою, французского и австрийского правительств сэра Джон был соответствующим образом снаряжен и под строжайшим секретом послан на мыс Доброй Надежды для испытания своею изобретения. (Сэр Джон действительно находился в то время на мысе Доброй Надежды, о чем хорошо было известно американским читателям.)

В ночь на 10 января 1835 года все, наконец, было готово, и сразу же были получены фантастически поразительные результаты: в поле зрения телескопа оказались базальтовые скалы, покрытые цветами мака, аметистовые горы, реки и различные животные. Каждое наблюдение описывалось весьма тщательно и подробно: вот замечено животное, напоминающее бизона, однорогий козел, а вот странного вида дерево и т. д. Все это, разумеется, было лишь подготовкой к самому потрясающему сообщению: когда телескоп был направлен на долину, внезапно показалось какое-то крылатое существо, за которым последовало множество ему подобных. Сообщалось (с определенным привкусом порнографии), что, к сожалению, повадки этих существ были настолько необычны, что их нельзя описать в газете, имеющей столь широкое распространение. Сэр Джон приберегал весьма пикантные подробности) о жизни «Человека — летучей мыши» для своего будущего научного доклада об экспедиции.

Этот появившийся в 1835 году прародитель некоторых из персонажей нынешних «комиксов» и научно-фантастической литературы дал возможность газете «Сан» на много недель затмить «Нью-Йорк геральд». Более того, в кругах образованных людей это сообщение, как правило, принималось за истину. Газета «Нью-Йорк Таймс» нашла, что в нем чувствуется «поразительное правдоподобие», что оно свидетельствует о «весьма глубоком и точном знании астрономии», а газета «Меркантайл адвертайзер» заявила, что эта история «доподлинна». Эдгар Аллан По, проявивший особый интерес к этому событию, сообщил, что профессор математики в Вирджинском колледже «заявил мне серьезно, что он не сомневается в подлинности всей истории».

Конечно, со временем выяснилось, что публику бессовестно надули. Некоторые считали виновником этой мистификации Эдгара По, так как ровно за три недели до появления сообщения Хершела он начал печатать в журнале «Сазерн литерари мессенджер» свой рассказ «Приключение Ганса Пфалля». Этот рассказ По и новая «лунная мистификация» газеты «Сан» были опубликованы рядом с целью доказать, что автором их является один и тот же человек. Но это оказалось лишь случайным совпадением. Автором истории, опубликованной в «Сан» (как это выяснилось лишь через несколько лет),

был нью-йоркский журналист Ричард Алтон Лок. Разоблачение фальшивки не только не нанесло никакого ущерба «Сан», но даже не помешало тому, что «лунная мистификация» была заново издана в виде брошюры и разошлась тиражом в 60 тысяч экземпляров.

Для По, однако, это было только случайным и досадным совпадением. Основной интерес в рассказе о Гансе Пфалле представляло описание луны со слов очевидца, видевшего ее на близком расстоянии. Поскольку Лок сумел, так сказать, обставить его, По не видел смысла заканчивать свой рассказ.

«Я полагаю, что Ганс Пфалль не сможет добавить ничего нового к точному и достоверному отчету сэра Джона Хершела, — писал По. — Я даже не считаю необходимым вернуть моего путешественника обратно на родную землю. Он остается там, где я его покинул, и будет, надеюсь, единственным человеком на луне».

Но в действительности история на этом не заканчивается. Одна удачная фальшивка влечет за собой другую. Через девять лет «Сан» поместила еще одну «утку». Сообщение снова появилось только в газете «Сан» и содержало такие точные научные термины и такие сложные подробности, что его *нельзя* было не принять за истину.

«ПОТЯСАЮЩАЯ НОВОСТЬ С НАРОЧНЫМ ИЗ НОРФОЛЬКА!  
АТЛАНТИЧЕСКИЙ ОКЕАН ПЕРЕСЕЧЕН В ТРИ ДНЯ!  
НЕБЫВАЛЫЙ УСПЕХ ЛЕТАЮЩЕЙ МАШИНЫ М-РА МОНКА  
МЭЙСОНА!!!

Прибытие на остров Салливан около Чарльстона в Южной Королине м-ра Мэйсона, м-ра Роберта Хэнсона, м-ра Гаррисона Эйнсворта и четырех других пассажиров на воздушном шаре «Виктория», перелетевшем через океан за семьдесят пять часов! Все подробности о путешествии!»

Это сенсационное сообщение, опередившее полет Линдберга на восемьдесят семь лет, было опубликовано, разумеется, без подписи. Оно опиралось на авторитет самой газеты «Сан», которая ссылалась на «информацию из Норфолька», доставленную на перекладных. Впоследствии подлинный автор сообщения описал где-то, как это событие было воспринято публикой:

«Единственную газету, сохранившую новость, расхватывали самым невероятным образом».

Как и следовало ожидать, ликовавшим автором вымышленной истории был По — жертва прежней мистификации.

Такова была обстановка, в которой осуществлялся успешный переход от узкого круга читателей фракционной журналистики к массовому тиражу, рассчитанному на широкую публику. В связи с этим следует указать на видную роль Эдгара По, который не только способствовал этому переходу, но и отразил его в своих произведениях. Массовые тиражи были характерны не только для газет; наряду с одноцентовыми газетами добились больших успехов и массовые журналы. В период между появлением двух указанных выше газетных «уток» Эдгар По в течение некоторого времени был редактором журнала «Грэхэмс мэгэзин», тираж которого достигал 40 тысяч экземпляров.

Я не пытаюсь утверждать, что залогом успеха новой журналистики были научно-фантастические вымыслы. Это — лишь крайнее проявление нового безудержного стремления к сенсации в погоне за тиражом. Повседневная же сенсация мало чем отличалась от современной: это были те же статьи на сексуальные темы, сообщения о преступлениях и насилиях. Через несколько месяцев после появления у «Сан» и «Нью-Йорк гералд» нового конкурента — газеты «Трибюн», основанной Горасом Грили в апреле 1841 года, эта тройца показала прекрасный образец для современной бульварной печати, расписав на своих страницах «убийство прекрасной табачницы» Мэри Сесилии Роджерс. В течение длительного времени три газеты заполняли свои страницы этой историей, однако вы можете перерыть все архивы и не узнать истины, которая, как я полагаю, была им известна, а именно, что Мэри Роджерс умерла в результате неудачного аборта, а ее любовником был морской офицер, принадлежавший к такой высокопоставленной семье, что об этом лучше было молчать.

Изучение рассказа По «Тайна Мэри Роже» — этого слегка замаскированного изложения указанной истории — проливает новый свет на старую «тайну».

Итак, средством, способствующим массовой распродаже газет, была сенсация, а не жульничество. Задача научить массы читать газеты, что ранее было исключительным правом узкой классовой группы, привела попутно

к открытию новых возможностей: вместо спокойного изложения фактов и разъяснения их появились захватывающие дух темы и приемы. Но одним этим нельзя объяснить динамичность и крайности новой журналистики. К этой формуле следует добавить еще и конкуренцию. Сенсация пропускалась через мясорубку тиража, и на свет появлялась «новость».

Нужно было не только добыть «новость», но и первым преподнести ее публике. Каждую сенсацию нужно было вырвать из-под носа у соперника. Это стремление сообщать о всякого рода грязных делах первым создало такие термины, как «исключительная сенсация», или «гвоздь номера». Погоня за сенсацией — это основная характерная черта печати девятнадцатого века. Появление фальшивок станет понятнее в свете этих двух факторов — расчета на сенсацию и маниакального стремления первым опубликовать ее. Идеальная сенсация — это «исключительное сообщение», которого нет у ваших соперников и которое только вы один сумели раздобыть. А что может быть «исключительнее» истории, которой на самом деле не было, которую вы сами же ч сочинили?

Повседневная жизнь печати и мельчайшие события в ней предопределялись конкуренцией. Вскоре после основания газеты «Трибюн» три конкурента, которым суждено было вести борьбу друг с другом на протяжении всей этой эпохи, тогда как десятки других одноцентовых газет зарождались и исчезали, сумели договориться между собой об использовании паровоза. Благодаря этому специальные корреспонденты встречали европейские почтовые суда в Бостоне и затем сломя голову мчались в Нью-Йорк, чтобы первыми доставить новости из-за границы. Поднятая по этому поводу рекламная шумиха была выгодна для всей одноцентовой печати в целом. Во что это обходилось, указывает газета «Сан». С 1842 по 1847 год она заплатила за пользование паровозом 20 тысяч долларов.

Газеты готовы были платить бешеные деньги, лишь бы первыми получить то или иное сообщение. Однажды с газетами «Гералд» и «Сан» произошла следующая история, напоминающая рассказ о том, как заяц и черепаха бежали наперегонки. Покинув Бостон, паровоз газеты «Гералд» вскоре вернулся обратно, как будто он потерпел неудачу. Однако собранная для отправки с этим

паровозом информация была отпечатана в типографии «Бостон мейл», и экстренный выпуск газеты «Гералд» был доставлен в Нью-Йорк еще до того, как «Сан» закончила верстку и печатание материала обычным порядком.

В другом случае безудержное расточительство принесло победу газете «Трибюн». Однажды соперники должны были дать сообщение о выступлении Даниэля Вебстера в Бостоне. «Трибюн» тайно оборудовала небольшую наборную на пароходе, который выходил ночью из Бостона, и к моменту прибытия его в дожи Нью-Йорка речь Вебстера уже была набрана, а еще через час газета с речью продавалась на улицах.

Война не только обострила до предела эту безудержную конкуренцию, но, естественно, оказалась блестящим источником нового вида «информации», к которой стремилась массовая печать, а именно информации о массовых насилиях. Первую возможность представляла война с Мексикой, которую даже школьные учебники описывают с явным смущением, и эта возможность была использована полностью. В начале войны города Восточного побережья США оказались в невыгодном положении из-за того, что информация поступала туда с большим опозданием, чтобы доставить в Балтимору информацию, содержащуюся в газетах Нового Орлеана, которые получали сообщения непосредственно с фронта, требовалось три недели. Коммерческая ценность информации (если в ней содержалась сенсация) вынудила три газеты разных городов организовать совместную доставку ее из Нового Орлеана на перекладных с помощью шестидесяти чистокровных лошадей и, таким образом, обогнать государственную почту, доставлявшуюся через горы. В этом дорогостоящем предприятии, сокращавшем сроки доставки информации до шести дней, принимала участие и газета «Нью-Йорк гералд». Рвение «одноцентовой печати» было должным образом вознаграждено.

«Мексиканская война 1845—1846 годов показала, в какой степени войны способствуют увеличению тиража, и ускорила гибель аристократической прессы».  
(Браун.)

Об этом красноречиво говорят данные о тиражах. Накануне гражданской войны «Нью-Йорк гералд» была крупнейшей по тиражу газетой мира: ее ежедневный

тираж достигал 75 тысяч экземпляров. Газета «Сан» имела тираж 60 тысяч экземпляров, «Трибюн» — 55 тысяч. Кроме того, существовали еще две массовые газеты: «Нью-Йорк Таймс» с тиражом в 35 тысяч экземпляров и «Ивнинг пост» с тиражом в 18 тысяч экземпляров. Таким образом, общий ежедневный тираж газет в Нью-Йорке составлял почти четверть миллиона. Кроме того, «Трибюн» выпускала еженедельное издание, что фактически означало дальнейшее увеличение ежедневного тиража (в равной мере и сейчас при определении тиража, а также влияния газет следует принимать во внимание их воскресные издания). Общий тираж ежедневного и еженедельного выпуска газеты «Трибюн» достигал 287 750 экземпляров!

Как показывают эти цифры, соперники, несмотря на то, что борьба между ними велась не на шутку, становились сильнее, чем раньше. Напрашивается вопрос, действительно ли для существования этих газет необходима конкуренция? Да, конечно. Сами эти газеты стали сильнее, но в ходе ожесточенной борьбы они погубили дюжину своих мелких соперников, которые на протяжении этого периода издавали центовые газеты. Победители стали сильнее потому, что поглотили побежденных. Кроме того, в этой борьбе они утверждали право новой массовой печати занять место старой печати, созданной для узкого круга. Доказательством служит одержанная ими победа. Вознаграждением за победу было превращение печати из средства, мерилом которого считались моральные ценности — престиж, влияние и политическая власть, — в собственность, стоимость которой исчислялась в долларах. Когда в 1867 году «Сан» была продана Чарлзу Андерсену Дана, работавшему ранее редактором в газете Грили, она была оценена в 175 тысяч долларов. Печать как средство обслуживания публики исчезла. Ее заменила печать, являющаяся частной собственностью.

Журналистика также исчезла в мясорубке выпуска массового тиража, ибо собственность на печать не являлась пассивной. Нет, это была активная, воинственная, конкурирующая собственность, стремящаяся к наживе. В этой борьбе погибла журналистика и зародился новый вид предпринимательства. Соответственно и конкуренция приобрела дополнительное значение, превратившись в борьбу вновь возникшей газетной промышленности про-

тив всех других отраслей промышленности. Между соперничающими центовыми газетами шла ожесточенная конкуренция, но неистовство этой конкуренции обеспечивало соперникам общую выгоду. Сама по себе конкуренция была прекрасной рекламой, обеспечивающей общее увеличение тиража газет или, точнее, их выгодную продажу. В результате этого рос и общий источник, из которого могли черпать все, кто вел игру на деловой основе, все, кто издавал центовые газеты. Сколько каждый ухитрялся извлечь из этого источника, зависело от успеха в междоусобном соперничестве. Это была подлинная конкуренция, представлявшая собой одновременно и сотрудничество.

Однако это сотрудничество осуществлялось лишь в интересах ведения конкуренции на более высоком уровне. Цель его заключалась в увеличении «потребления» газет за счет уменьшения потребления других товаров. Оно было направлено на привлечение в газетную промышленность большего количества долларов потребителя за счет мыловаренной или сталелитейной промышленности и представляло собой коммерческий маневр газетного бизнеса. Но сотрудничество не могло удержать отдельных издателей-владельцев от стремления прибегнуть к любому трюку, лишь бы захватить все доходы газетной промышленности в свои руки — к чорту остальных собратьев-издателей! Однако такое сотрудничество помогло подчинить междоусобное соперничество интересам общего дела, и поэтому дело победило.

Да, речь идет о крупном успехе — на сцене появилась газетная промышленность. Однако хороший ветер никому не причиняет вреда: одновременно исчезла журналистика, а с ней и информация — сообщения о событиях, измеряемые моральной ценностью — правдивостью. Место информации занял своеобразный товар, называемый «новостями», причем эту замену пытаются выдать за торжество морали.

#### *Глава двадцать вторая*

#### **«ЧЕЛОВЕК КУСАЕТ ЧЕЛОВЕКА»**

Мистер Вилбур Форрест был искренне возмущен.

«Несомненно, газетной профессии и газетному делу присущи свои недостатки, — признал он. — Но

разве мы должны оправдывать тот факт, что печать в Соединенных Штатах является отраслью бизнеса, построенной на коммерческих началах?»

Так г-н Форрест выражал свое негодование по поводу «левых взглядов» Комиссии по вопросу свободы печати. Взгляды же его самого как президента Американского общества издателей газет отнюдь не были «левыми», да они и не вполне его собственные. Доклад комиссии, продолжал Форрест, вызывает «серьезные сомнения в том, служит ли пресса, являющаяся орудием борьбы за власть и прибыль, интересам общества?»

И у меня имеются такие же сомнения, и они сводятся к вопросу о том, почему «новости» должны быть бизнесом? Почему информация должна покупаться, продаваться и в процессе такой купли-продажи превращаться в нечто такое, что не имеет ничего общего с информацией?

В интересах беспристрастного обсуждения этого вопроса мы должны договориться о том, что следует понимать под термином «новости». В устах Кента Купера этот термин приобретает значение формулы, порожденной «необходимостью», но, тем не менее, являющейся «величайшей моральной концепцией» всех времен. Если же это понятие было порождено «необходимостью», то, следовательно, оно является исторической категорией. Поэтому давайте вернемся к моменту появления на свет «одноцентовой печати», то есть к 1833 году.

Это было начало «борьбы за власть и прибыль» в сфере информации. Первым шагом, который новые издатели (или даже первый издатель) сочли необходимым предпринять, явилось привлечение покупателей. С этой целью в ход была пущена сенсация.

Но это не объясняет конечную степень превращения, обратный процесс алхимии, благодаря которому золото информации было превращено в неблагородный металл «новостей». Ибо сенсационные новости издавна существуют в нашем мире. Мы видели, что древние римляне в своих «Ежедневных новостях» не пренебрегали сообщениями о преступлениях, спорте и сексуальных отношениях.

В докладе комиссии указывается, что «и в Англии, в период, когда газеты строго ограничивались серьезной информацией, предназначенной для узкого круга читателей, печатались листки и брошюры, посвященные уголовным новостям».

Следует отметить, что сообщения о преступлениях, насилии и сексуальных вопросах распространялись в форме сплетен, слухов и песен менестрелей еще до появления прессы. Однако проводить такую параллель — значит попасть в ловушку, ибо *контекст* меняет все. Да, сенсации распространялись и в прежние времена, но они не являлись предметом купли-продажи.

В этом и заключается решающее различие между печатью 1833 года и средствами распространения сенсационных новостей в более ранние времена. «Одноцентровая печать» внесла элемент сенсации в информационное содержание партийной печати, и это привело к совершенно беспрецедентным результатам, ибо движущая сила также не имела прецедента, цель заключалась в извлечении прибыли. Сенсация стала средством превращения информации в некий товар потому, что сами газеты стали предметом сбыта.

Основа информации была уничтожена. Старая печать оправдывалась тем, что она служит обществу. Старая печать была пристрастной, но в рамках этого пристрастия ее функция состояла в обеспечении информацией, и одно пристрастие взаимно уравновешивалось другим. Если лицо, распространявшее информацию, преследовало корыстные цели, то его конкурент мог наверняка раскрыть этот факт, преследуя, в свою очередь, собственные корыстные цели. Это была необузданная, неистовая, кастовая печать, но сама ее необузданность являлась выражением ее сущности. Выполняя роль выразителя фракционных интересов, старая печать могла сделать свое содержание привлекательным лишь при помощи крикливой подачи материала. Вместо того, чтобы извиняться, она хвасталась; вместо того, чтобы признать свои недостатки, она переходила в наступление, выдавая порок за добродетель. С хорошими или дурными намерениями, но она стремилась проникнуть в умы людей и поэтому оправдывала свое существование тем, что служит обществу.

К бизнесу нельзя подходить с подобной меркой. Само существование делового предприятия еще не является доказательством его служения обществу. Огромные состояния были нажиты благодаря продаже людям фальсифицированных пищевых продуктов и вредных снадобий. Бизнес может существовать лишь при условии, если он

способен прибыльно продавать товар. Прибыльная продажа не имеет ничего общего со служением обществу.

Новая печать представляла собой бизнес. Для того чтобы прибыльно продавать газеты, владелец газетного предприятия должен был найти такой способ, который вывел бы газету за рамки ограниченной привлекательности узкопартийной прессы. Он нашел его в сенсации. Под давлением конкуренции каждый отдел газеты, все виды и разновидности «новостей» были превращены в сенсацию. Вся подача газетного материала превратилась в обязательный процесс щекотания нервов, вместо того чтобы давать уму людей спокойно переваривать интеллектуальную пищу. Этот исторический факт нашел свое отражение в следующей стандартной установке газетной промышленности: если собака кусает человека — это не новость, а вот если человек кусает собаку — это новость. Проблемам жизни человека, неудачам и достижениям, непрерывному стремлению к чему-то, одним словом, реальной действительности, — всему этому нет места в «новостях». К категории новостей относится только сверхоригинальное, необычное, экстраординарное, эксцентричное. В основе новостей лежит культ отказа от логики.

Комиссия по вопросу свободы печати сделала несколько метких замечаний по этому поводу. Она отметила, что коммерческие соображения, которые определяют выбор новостей, определяют также и форму их подачи.

«Подобной информации и дискуссии должна быть придана такая форма, которая сумеет окупить себя, так как привлечет максимальную аудиторию. Поэтому слово «новости» стало означать нечто такое, что отличается от важной информации...

Под словом «новости» журналист подразумевает нечто такое, что произошло в последние несколько часов и может привлечь интерес покупателей газет», «Критерий интереса» не имеет, в свою очередь, ничего общего с «точностью или важностью». Подчеркиваются лишь свежесть и оригинальность темы, боевой характер события; упор делается на новизну, на то, что это может заинтересовать.

«В целях привлечения максимальной читательской аудитории печать делает упор на необычное, а не на характерное, на сенсационное, а не на важное», — говорится в докладе комиссии.

Обычно эта тенденция выражается в том, что «убийства в ночных клубах, расовые беспорядки, насилия во время забастовок» предпочитают трезвым материалам, имеющим большее «общественное значение». Но наиболее опасным следствием этого метода является уничтожение какой бы то ни было последовательности изложения.

«Результатом этого является не последовательное изложение жизни народа, а серия замысловатых зарисовок, которым приписывается больше значения, чем они действительно того заслуживают. Сумма таких обрывочных частей не равна целому, ибо при подаче материала искажаются фактические размеры и цвет отдельных частей по отношению к целому», — читаем мы в докладе.

В качестве примера комиссия приводит (она даже опубликовала по этому вопросу пространный отчет «в виде книги одного из своих членов») освещение печатью США конференции в Сан-Франциско, положившей начало Организации Объединенных Наций.

«Зачастую... не о чем было сообщать, — указывается в докладе. — Но репортеры должны были присылать материал. Нужно было так или иначе поставлять новости.. А поскольку редакции, пославшие репортеров на конференцию, требовали драмы и напряжения, в Сан-Франциско фабриковалось и то и другое. Таким-то образом обычное затишье превращалось в затишье перед бурей; молчание выдавалось за молчание, предвещающее неминуемый конфликт; простое течение времени превращалось в зловещую затяжку. Атмосфера напряженной неуверенности была сфабрикована так ловко, что, когда несколько недель спустя был подписан приемлемый Устав, читатели газет отнеслись к этому известию с недоверием и удивлением».

Ответ печати на эту часть доклада, как обычно, гласил: «Что смыслит эта кучка профессоров в бизнесе?» Г-н Люс через редакторов журнала «Форчун» прочитал комиссии наставление (как и подобает патрону) по вопросу о «хорошем, правдивом и скучном». Без сомнения, увеличение продажи хороших биографий имеет важное значение для общества, в то время как убийство в ночном клубе такого значения не имеет. «Хорошие» новости

могут быть даже превращены в «удобочитаемые новости». Да, это так, но печать должна продавать газеты, она не может позволить себе играть с огнем. «Философы» еще не доказали, что они способны «указывать журналистам, как именно зарабатывать деньги на правде».

Ответ «Форчун» является признанием того, что коммерческие соображения составляют причину всех бед: если новости не обеспечивают продажи газет, то это — не новости. Но в остальном журнал уклонился от ответа на вопрос. Проблема заключается не в том, чтобы печатать новости, а в том, что печать превращает все материалы в сенсацию. Тот материал, который газеты отбирают для печати,— не слишком хороший, не слишком правдивый, или не слишком скучный,— пройдя через мельницу прессы, выходит оттуда лишенным всякого смысла. Великий грех печати как бизнеса состоит не в том, что она не публикует некоторых материалов и тем самым замалчивает их; он состоит как раз в том, что помещаемые материалы она искажает до неузнаваемости.

Это не является результатом злого умысла. После того как на сцене появилась «одноцентовая печать», избравшая сенсацию в качестве средства, обеспечивающего продажу, история довершила остальное. Отныне все автоматически превращалось в сенсацию, обеспечивающую продажу. Служение обществу в новой печати не имело ничего общего с той ролью, которую оно играло в узкопартийной печати, являясь лишь лживой саморекламой. Я не стану говорить о «крестовом походе» в его неприкрытой форме саморекламы, который я наблюдал в херстовской печати. Расскажу лишь о том, в какой форме этот «крестовый поход» нашел свое выражение на страницах центовых газет.

«Сан» начала эту кампанию с целью организации наемных пожарных команд вместо добровольческих пожарных команд, более склонных к уличным дракам, нежели к борьбе с огнем. Газета «Геральд» занялась другой проблемой: она начала кампанию за создание отрядов полицейских, одетых в форму, вместо сторожей с жестяными бляхами, страдающих полным отсутствием боевого духа. То, что эти цели были достигнуты и принесли известную пользу, еще ничего не доказывает; не имеет отношения к делу и то, что издатели, быть может даже искренне, желали принести пользу. Главным

побуждением всегда являлось увеличение тиража ради получения прибыли. Сама мораль и даже служение обществу стали подчиненным соображением и, в конце концов, превратились лишь в средство для достижения цели.

Специалист по рекламе Колкинс рассказывает историю, которая, помимо его желания, подтверждает сказанное. Он указывает, что в те дни общества по страхованию от огня прикрепляли металлические знаки к домам своих клиентов как своеобразный знак почета. Ибо страхование еще не стало всеобщим явлением и поэтому считалось чем-то прогрессивным. Однако, к несчастью для версии Колкинса, владельцы страховых обществ прежних времен дают другое, менее романтическое толкование этого мероприятия, объясняя его весьма корыстными мотивами. Страховые компании поставляли пожарные машины и, следовательно, контролировали пожарные команды. Для добровольцев этот металлический знак означал: «Спасайте этот дом, а что касается незастрахованных, чорт с ними, пусть сгорают». Вместо служения обществу путем «щедрой» поставки пожарного оборудования владельцы страховых контор сами пользовались услугами этого общества, бесплатно привлекая добровольные пожарные команды.

Точно так же обстоит дело и с газетными «крестовыми походами» и с бесстрашными разоблачениями фактов коррупции среди государственных служащих и частных лиц, даже если дело касается разоблачения продажности самой печати. В 1873 году «Нью-Йорк Таймс» напечатала статью, разоблачающую босса Таммани-холла (демократической партии) Твида. В ней сообщалось, что на содержании Твида находятся восемьдесят девять газет. Характерно, что двадцать семь из них в такой степени зависели от взяток из добычи, награбленной Твидом, что после указанного разоблачения они вынуждены были прекратить свое существование. Примерно в это же время газета «Сент-Луис демократ» разоблачила шайку торговцев спиртными напитками, которая благодаря взяткам заручилась молчанием газет и соучастием должностных лиц, использовав для этого суммы, скрытые от налогообложения. В наше время Энергетический трест и другие монополии достигают таких же результатов, не затрачивая и десятой доли прежних усилий.

Путем разоблачения продажности лица, не берущие взяток, прикрывают свои собственные грехи маской добродетели. Ибо коррупция коммерческой печати заключается не в тайном взяточничестве. Только слабые газеты нуждаются в получении взяток для достижения успеха, сильные же рассчитывают на получение обычной прибыли. Коррупция заложена в самих «новостях». Под нажимом конкуренции избранный метод — сенсация — становится ядом, отравляющим интеллектуальную пищу общества. Сочетание сенсационности и быстроты приводит к тому, что новости систематически воздействуют не на рассудок, а на психику. Смысл заменяется сенсацией, понимание — острыми ощущениями. Однако при детальном изучении вопроса мы обнаруживаем, что на этом дело не кончается.

Начнем с мании быстроты, которая в условиях конкуренции требует от издателя, чтобы он сообщил о происшествии через четыре минуты после того, как оно произошло. Отсюда неизбежно вытекает непреложное правило: «новость» должна быть опубликована *до того, как она произошла*, то есть до того, как вы будете располагать достаточным количеством фактов об этом событии, до того, как у вас появится контекст, в который можно было бы внести данный факт.

Ожесточенность конкуренции еще не достигла своего апогея. Бизнес растет вместе с -ростом страны; темпы становятся все более головокружительными. «Новости» проходят длинный путь от сексуальных вопросов, преступлений, кровопролитий и всякого рода насилия до освещения высшей формы преступления, особого рода насилия — войны. А от простого использования тематики войны недалеко и до прямого подстрекательства к войне, как, например, в случае с Херстом и Пулитцером, содействовавшим развязыванию испано-американской войны своим заявлением, что если война является прибыльной для бизнеса вообще, то для коммерческой печати она является настоящим благословением. Не приходится поэтому удивляться, что печать также усилила междоусобную борьбу. Дело доходит до того, что наемные гангстеры Херста вступают на улицах американских городов в вооруженные стычки с другими гангстерами, нанятыми конкурентами Херста, борющимися за расширение своих газет.

В этой атмосфере коммерческая формула «сенсация плюс конкуренция» достигает высшей ступени своего развития. Случайная практика прежних времен возводится в принцип. Если раньше при составлении информации тот или иной факт бессознательно отрывался от контекста, то теперь это делается преднамеренно. Утверждают, что теперь якобы отказались лишь от «скучной» последовательности и от общего фона событий. В результате, однако, квинтэссенция сенсационных сообщений оказалась оторванной от породившей ее действительности. Теперь у нас для определения «новостей» существует своего рода информационная шизофрения «Новости» на коммерческой основе — это серия непоследовательных, надерганных фактов. Строгая последовательность, которая только и может обеспечить понимание явлений, официально запрещена.

В условиях этой регрессивной эволюции девиз прессы «человек кусает собаку» также поднимается на более высокую ступень развития. Теперь этот девиз гласит: «Человек кусает человека!» Нью-йоркская «Дейли ньюс», которая систематически апеллирует к наиболее низменным сторонам человеческой природы, восхваляет это выхолащивание информации и обращение человека в звероподобное существо как высшее торжество демократии. Если такую газету, как «ПМ» (ежедневная газета, издававшаяся несколько лет назад в Нью-Йорке Маршаллом Филдом), покупают лишь несколько тысяч человек, тогда как «Дейли ньюс» покупают четыре миллиона человек, — это свидетельство подлинно демократического выбора: народ проголосовал своими деньгами, а покупатель, как известно, всегда прав. Значит, «Дейли ньюс» — король поставщиков информации.

Какой наглый цинизм! Конечно, легче продавать марихуану, чем собрание сочинений Шекспира! Разумеется, легче торговать произведениями, содержащими порнографию, насилия, острые ощущения, самовосхваления и призывы к быстрому эгоистическому удовлетворению личных нужд, нежели убедить людей взяться за решение их коренных проблем, требующих длительного и упорного труда, или хотя бы заняться изучением этих проб-

---

<sup>1</sup> Марихуана и героин — наркотические средства, имеющие распространение в США. — *Прим. ред.*

лем, чтобы понимать их. Число школьников, ежегодно становящихся жертвами героина, превышает число тех, кто начинает учиться играть на скрипке. Или это тоже свободный выбор свободного народа? Чепуха! А хвастовство «Дейли ньюс» доказывает лишь то, что нет границ злу, распространенному несколькими могущественными людьми ради получения ими прибыли, если мы, большинство, не найдем способа обуздать их.

Теперь мы можем дать г-ну Вилбуру Форресту объективный ответ на его субъективный вопрос: почему ему и вообще газетной промышленности приходится оправдывать коммерческий характер печати?

«Потребность граждан в надлежащей и здоровой духовной пище настолько велика, что они должны непременно получать ее. Таким образом, их интерес приобретает статус права».

Но печать не может удовлетворить эту потребность граждан. Содержание печати фальшиво и ядовито; оно развращает ум и ожесточает чувства. Таковы последствия торговли новостями. Вот почему бесполезно взывать к добрым чувствам владельцев газет. Вопрос о том, хороши эти люди или плохи, почти не имеет отношения к делу: не им, а рынку принадлежит решающая роль. И только изъяв информацию из бизнеса, мы можем надеяться восстановить подлинное значение информации.

Я считаю это правильным и достаточно полным ответом г-ну Форресту. Но этим не исчерпывается все то, что можно сказать по вопросу об «информации». Мы еще не добрались до самого дна этой помойной ямы.

### *Глава двадцать третья*

#### **ПОЧТИ БЕЗУПРЕЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ**

Бен Дей превратил информацию в бизнес. Если вы любите романтику и красоту, я не имею ничего против этого. Но действительность от этого не изменится. Сто двадцать лет назад первый номер первой грошовой газеты превратил журналистику в коммерцию лишь тем, что он просто появился на улицах Нью-Йорка и дерзко взывал к покупателям. Это было нечто такое, что не было принято раньше,— вызов благопристойности. Но публика немедленно одобрила это и на словах и на

практике. Выражаясь языком людей, бьющихся об заклад, она подкрепила свои слова деньгами. Поступая таким образом, публика одновременно распрощалась со старой аристократической печатью, распространявшейся и читавшейся узким кругом лиц. Конкуренция между газетами «Сан», «Нью-Йорк геральд» и «Трибюн» заставила сделать некоторые социальные выводы из этой предпосылки: она уничтожила узкопартийную прессу, заменив ее новой мощной отраслью промышленности, которая за определенную плату свободно распространяла информацию с целью получения прибыли. Такова история первых сорока лет существования «свободной прессы», все остальное — досужие рассуждения.

Если вы желаете считать Дея, Беннета и Грили гигантами мысли, если вы желаете видеть в них героев, эпических борцов, вдохновленных бескорыстными идеями и преданных возвышенной мечте,— то традиция на вашей стороне: все они достигли славы. А я слишком люблю правдивый рассказ и поэтому я хочу, чтобы вы знали о том, к каким интересным методам они прибегали на пути к достижению своей цели, о юношеском боевом задоре, воодушевлявшем их на многое в этой борьбе, о степени их интеллектуальной свободы, которая кажется поразительной в наши дни. Невозможно вообразить себе лучшую иллюстрацию, чем тот факт, что эта новая и первая специфически капиталистическая печать намеренно пригласила теоретика мирового коммунизма Карла Маркса для того, чтобы он освещал и комментировал европейские политические события и международное положение на страницах этой печати!

Было бы неправильно предположить, что в свое время это не было таким дерзким актом, каким может показаться сейчас. Грили, разрешивший своему главному редактору Дана пригласить Маркса, не был ни тайным радикалом, ни независимым мечтателем-либералом, ни простаком. Он не только знал о существовании классов и классовых противоречий, но, будучи человеком активных политических стремлений (впоследствии Грили покинул издательство «Трибюн» для того, чтобы выступить против Гранта в качестве кандидата на пост президента), сознательно добивался благосклонности богачей. В свою очередь, богачи того времени, капиталисты, также не проявляли излишней терпимости к радикалам, Дана

впервые встретил Маркса в 1848 году, в год великих революций, в год выпуска «Коммунистического манифеста», в год появления на свет первого великого «красного пугала», о котором упоминается в «Манифесте»: «Призрак бродит по Европе, призрак коммунизма». Более того, это пугало в конце концов было использовано для организации первого из всех коммунистических процессов — Кельнского процесса, и именно в Кельне встретились эти два человека. Наконец, в 1851 году Дана пригласил Маркса сотрудничать в газете, а ведь это был период контрреволюции и дикого преследования коммунистов. Поэтому со стороны журналиста было исключительно смелым и независимым шагом предлагать читателям «Трибюн» в течение примерно пяти лет подписанные статьи Карла Маркса и в течение других пяти лет — его неподписанные статьи.

Итак, в мои намерения не входит умалять значение этих фетишей, подрывать уважение к ним, уничтожить колорит и аромат жизни в догматическом стремлении отделить хорошее от дурного, изображать одно явление только как хорошее и поэтому в светлых тонах, а другое — только как дурное и поэтому в темных тонах. Моя задача не имеет ничего общего с добром или злом. Я оставляю в стороне красоту и романтику, цвета и оттенки по той простой причине, что они ничего не доказывают и ничего не определяют. Они являются случайными и второстепенными элементами; они лишь результат, а не причина, побочный продукт явления, а не его прямое следствие. Несмотря на то, что об «одноцентовой прессе» можно написать целые книги, полные анекдотов, для понимания этого вопроса в наше время необходимо остановиться на одном непреложном существенном факте, характеризовавшем четыре десятилетия господства Дея, Беннета и Грили,—что целью их всегда было извлечение прибыли. Они не были крестоносцами и не играли в игрушки — они делали бизнес. Когда со смертью Грили и Беннета в 1872 году пришел конец господству триумвирата, итог их деятельности сводился к следующему: они поставили газетную промышленность на такую твердую коммерческую основу, что из мелкого бизнеса она незаметно переросла в Большой бизнес.

Между бизнесом с маленькой буквы и бизнесом с большой буквы существует разница в объеме и сфере

деятельности, которая меняет характер операций, а вместе с ним и характер самого общества. Деятельность обезличивается, меняя в этом процессе взаимоотношения между людьми и лишая человека контроля даже над конечным продуктом. В период, когда печать являлась только бизнесом, Дей, Беннет и Грили сами решали вопрос о характере своих газет. Они были бессильны перед тем фактом, что влияние рынка превращало их конечную продукцию в нечто такое, что весьма отличалось от намеченного плана,— необходимость продавать газету заставила их прибегнуть к сенсации. Тем не менее, если вы обратитесь к комплектам газет тридцатых и сороковых годов девятнадцатого века, то увидите, что эти издатели не полностью утратили контроль. Отпечаток индивидуальных планов и индивидуальных особенностей издателей находит свое выражение в особенностях их газет. Газеты отражают масштабы того времени: они были достаточно малы, чтобы издатель мог знать людей, выпускающих его газету, по крайней мере в такой степени, чтобы наилучшим образом использовать их в целях получения желаемого законченного продукта. И ему действительно было присуще определенное личное желание, состоявшее в том, чтобы создать свой собственный конечный продукт—газету, отражавшую какую-то связь между издателем и покупателями его газеты.

Перешагнем через столетие и, находясь еще под впечатлением чтения «одноцентовой печати», прочтем сегодняшнюю газету. Разница не подлежит сомнению. Нынешней печати недостает не только интимности и индивидуального лица, она не только обезличена — она обезчеловечена; от нее отдает машинным производством. Рост населения (13 миллионов человек в момент рождения «одноцентовой печати», 17 миллионов — в период, когда появление «Трибюн» обусловило создание триумвирата, 40 миллионов — когда эта эпоха закончилась, и в четыре раза больше — в настоящее время) сопровождался ростом грамотности. С неизвестной, но низкой цифры в начальный период он достиг 80 процентов в год смерти Грили и Беннета и 96 с лишним процентов — в наше время. Эти цифры, взятые вместе, указывают на рост рынка — на перерастание мелкого бизнеса в Большой бизнес.

Колкинс бьет тревогу. Как специалист по рекламе, он боится, что эта автоматизация лишит прессу возмож-

ности рекламировать его товар! И поэтому он громогласно предостерегает:

«Нет сомнения, что унификация и уменьшение разнообразия избавляют от значительной части нерациональных промышленных затрат. Но мы должны ясно осознать, что следует и что не следует стандартизировать. Как бы логична и удобна ни была стандартизация гаек и болтов, электрических розеток и других механических деталей,—стандартизация человека может быть доведена до такой крайности, что мы превратимся в нацию роботов-филистеров типа Бэббита...

Вспоминается время, когда газеты, будучи значительно менее эффективными машинами по сбору новостей, отличались друг от друга так же, как и люди, их выпускавшие. Тогда даже в небольших сельских ежедневных газетах работали Вилл Найс, Петролеум В. Нэсбис, М. Куодс и Дэнбери Ньюсмен, в то время как более значительные газеты представляли собой расширенный вариант газет Дана, Воулса и Грили. В наше время такие люди писали бы для трестов, поставляя подобно Эду Хау, Уолту Мэйзону и д-ру Крейну одни и те же статьи в различные газеты, и разделяли бы с «комиксами» и карикатурами, поставляемыми синдикатами, с заранее заготовленными внутренними полосами, металлическими наборами и информацией агентства Ассошиэтед Пресс сомнительную честь превращения каждой газеты в копию всех других газет».

Колкинс предупреждает, что пресса убивает курицу, несущую золотые яйца рекламы. Он протестует против следствия, защищая в то же время породившую его причину. Он хочет съесть пирог, но в то же время он хочет, чтобы этот пирог остался цел. Ибо, если говоря о бизнесе, вы произносите «б», вы обязаны продолжить азбуку бизнеса: бизнес неизбежно влечет за собой стандартизацию. Если этот конец не был ясен при выпуске первого номера первой «одноцентовой» газеты, то во втором выпуске его можно было уже увидеть! С первого взгляда это незаметно. Действительно, трудно себе представить что-либо менее похожее на нынешнюю стандартизованную

печатать, чем предприятие, смело основанное Беннетом на ничтожные средства.

«Беннет был своим собственным репортером, корректором, автором редакционных статей, поверенным, бухгалтером и часто сам организовывал продажу своей газеты... Он нападал на своих конкурентов за спекуляции на Уолл-стрите и за попытку осуществлять биржевые махинации путем опубликования приукрашенных сообщений в собственных газетах этих конкурентов. Он предал огласке личные дела своего бывшего коллеги, а когда последний подкараулил его и избил дубинкой, Беннет напечатал сообщение об этом нападении в «Гералд» В тот день было продано 9 тысяч дополнительных экземпляров газеты».

(Браун.)

Работа, которую выполнял один Беннет, безупречна, но это лишь второстепенная сторона дела. Печать как бизнес должна первым долгом предложить публике за ее деньги больше, чем она получала до сих пор. И с каждым днем под нажимом конкуренции печать должна была предлагать читателям больше, чем накануне. Как журналист, Беннет стремился привлечь читателей журналистскими приемами — он печатал новости со всех концов света. У него были «оплачиваемые корреспонденты» в Вашингтоне, Лондоне и Париже. Более того, он сознавал, что «публика» состоит из различных групп со своими особыми интересами и что газета должна помещать материал, интересующий каждую группу, с тем чтобы привлечь максимальный круг читателей. Ни один человек и ни одна газета не могли самостоятельно обеспечить такое обслуживание, поэтому

*«Уже со второго номера один из разделов газеты неизменно посвящался Уолл-стриту. Беннет создал бюро новостей для обслуживания увеличивающегося числа газет внутри страны, бесплатно поставляя на почтовых лошадях бюллетени, содержащие избранные новости, с тем чтобы эти бюллетени подписчики-издатели получали за день до получения самой «Гералд». Газеты-подписчики платили за услуги этого примитивного газетного объединения тем, что обеспечивали «Гералд» монопольную поставку материалов о событиях, происходивших на обслуживаемых ими самими территориях. Впоследствии эта идея при-*

вела к созданию агентства Ассошиэйтед Пресс».  
(Браун.)

Дело сбора местной информации, не говоря уж о событиях, происходящих по всей стране или во всем мире, всегда было непосильным для одной газеты. В период с 1830 по 1840 год в Нью-Йорке имелось три агентства по сбору информации, поступавшей морским путем. К 1856 году в городе существовало одно общее информационное агентство, являвшееся источником информации для печати. В дальнейшем с появлением телеграфа колоссально возросло количество ежедневно печатаемого материала. В условиях конкуренции сократился промежуток времени между самим событием и моментом сообщения о нем, что вызвало необходимость объединения всех отраслей прессы, занимающихся сбором информации, в единое мировое агентство Ассошиэйтед Пресс. В настоящее время существуют три «фабрики новостей», снабжающие все Соединенные Штаты информацией, как составной частью товара, именуемого газетой: Ассошиэйтед Пресс, Юнайтед Пресс и Интернэйшнл Ньюс Сервис. Последние два являются второстепенными агентствами, входящими в состав газетных объединений Скриппс — Говарда и Херста. Поэтому мы ограничимся описанием Ассошиэйтед Пресс.

Информационное агентство не является чем-то оторванным от печати и лишь поставляющим ей новости; оно представляет собой вершину газетной пирамиды. Сами газеты поставляют агентству собираемую ими информацию, поэтому агентство является механизмом для обмена информацией. Что же касается Ассошиэйтед Пресс, то из общего числа примерно в 1 750 ежедневных газет США более 1 300 являются «членами» этого агентства. Их информация проходит обработку в аппарате агентства — огромной фабрике по обработке информационных материалов, помещающейся в небоскребе Ассошиэйтед Пресс, в рокфеллеровском центре Нью-Йорка. Здесь она объединяется с мировой информацией, поставляемой двумя с половиной тысячами корреспондентов, обслуживающих сеть информационных контор, учрежденных в ста пятидесяти шести крупных иностранных городах и посылающих свои сообщения по трансатлантическому кабелю, монопольно арендованному агентством Ассошиэйтед Пресс. Две тысячи штатных и пять тысяч не-

штатных служащих обрабатывают эту информацию, выпуская «общий отчет», насчитывающий свыше миллиона слов в день, и, кроме того, бесчисленное множество специальных сообщений, предназначенных для тех или иных групп и для тех или иных районов. В 1942 году эта гигантская фабрика израсходовала на обработку информационных материалов 13 миллионов долларов. В настоящее время она имеет резервный капитал в 100 миллионов долларов. Каждое из двух указанных выше второстепенных агентств в том же 1942 году израсходовало примерно две трети упомянутой суммы на значительно меньшее количество информационного материала, ибо, не располагая бесплатной информацией, предоставляемой агентству Ассошиэйтед Пресс подавляющим большинством американских газет, эти агентства вынуждены приобретать ее за свой счет. Таким образом, обработка гигантского потока информации с целью придания ей единообразия, необходимого для использования этого стандартизованного информационного материала любым органом американской печати (газеты, журналы, радиопередачи), обходится более чем в 31 миллион долларов в год.

Именно хладнокровная автоматизация и повергает Кента Купера в состояние религиозного экстаза. Подгонка всего содержания газеты под согласованную формулу, поддающуюся централизованной обработке,— это как раз то, что газетная промышленность называет «правдивой и беспристрастной информацией», а Кент Купер характеризует как «величайшую моральную концепцию, когда-либо появившуюся в Америке и дарованную миру».

Достаточно немного поразмыслить над этим, чтобы понять, что исторический процесс, не требовавший ни правды, ни отсутствия пристрастия, ни морали, в конце концов произвел на свет продукт, который даже нельзя назвать информацией! Формула, согласованная между всеми газетными издательствами в процессе обычного производства и продажи газет, была не чем иным, как нашей старой знакомой — сенсацией. Газеты научились извлекать из каждого сообщения, полученного из любого уголка земного шара, одну и ту же абстрактную суть. Эта формула имела уже у Беннета. «Используя местные, общегосударственные и мировые новости, Беннет дал городу нечто совершенно новое», нечто в некотором

смысле «совершенно незнакомое» читателям старой узкопартийной прессы. Эта «непривычная» форма представляла собой, конечно, не что иное, как ловкий способ извлечения сенсации — основную идею, уже навязанную Дею и ныне распространившуюся на весь ассортимент мировых новостей. Для достижения высшей степени унификации, позволяющей одной фабрике изготавливать все новости, которые могли бы использовать, не задумываясь, все издатели, не требовалось ничего, кроме незначительной обработки стандартизированной формулы. Любая индивидуальность стиля, любое открытое высказывание в пользу одной политической партии против другой, любые местные взгляды, могущие показаться оскорбительными или пристрастными в других местах, — все это должно было быть устранено. После такой обработки сохранились только взгляды и факты, приемлемые и пригодные для всех издателей.

Но эта формула не обеспечивала правдивости; она убивала равным образом и правду, и ложь, и реальную действительность, сводя всю информацию к конфликту, острым ощущениям и стремительности, апеллируя к нервной системе и совершенно не затрагивая рассудок.

Великие события и великие достижения являются результатом длительных, медленных процессов, причем каждое из них связано с тем, что происходило до его появления. Но закон сенсации, официально отменив последовательность, запретил изложение современных событий в связи с событиями прошлого. Поэтому новая формула лишила газеты возможности печатать сообщения, обеспечивающие правильное понимание читателем того, что происходит в мире. Если в этом процессе правда исключалась, то новости как информация просто игнорировались. Одновременно рождение национальной формулы для стандартизованных новостей как сенсации обусловило гибель самой информации.

Не лучше обстоит дело и с предубеждениями. Указанная формула не упразднила разницы во взглядах, не привела к магическому уравнению «объективных» фактов — она лишь отобразила взгляды в рамках отобранных фактов. Она устранила особенности, присущие взглядам любого отдельного издателя, или пристрастные взгляды, характерные для какого-либо определенного района, и то лишь в том случае, если они находились

в противоречии с общими пристрастными взглядами издателей как определенной группировки. Устранять партийные противоречия не было даже необходимости. В процессе ряда последних выборов печать решительно выступала в пользу республиканской партии, ибо владельцы газет как собственники оказывают ей явное предпочтение. Таким образом, великая «мораль» начинается с замены информации сенсацией. Далее она ведет к стандартизации взглядов всех владельцев газет путем уничтожения их индивидуальных особенностей.

Хотя в настоящее время Юнайтед Пресс с такой же напыщенностью, как и Ассошиэйтед Пресс, рассуждает о мнимой «объективности» стандартизированной информации, поставляемой агентством, Рой Говард, когда ему пришлось бороться с Ассошиэйтед Пресс за существование Юнайтед Пресс, был более искренним в этом вопросе. Ассошиэйтед Пресс играла роль барьера, воздвигнутого уже упрочившимися газетами с целью недопущения в свою сферу новичков. Поэтому Говард отверг «моральную» норму.

«Я не согласен с общим мнением, что информация и взгляды — это две различные и легко отделимые друг от друга категории», — заявил он.

Подавление открытого выражения мнений способствует лишь формированию скрытых мнений, то есть предубежденности. Возьмем, например, обработку в «свободной прессе» информации о неграх. У негров нехватает денег, чтобы стать одним из основных «рынков», поэтому их настроения не имеют для прессы значения. Настроения же издателей южных штатов имеют важное значение, и большинство информационных материалов о неграх поступает от южных газет, придерживающихся открыто расистских взглядов. Их информация легко распространяется в остальной части страны, поскольку издатели-северяне разделяют эту расовую ненависть, хотя и менее крикливо выражают ее. Тем не менее на севере существует более влиятельная общественная группа, открыто выступающая против расизма, расовой исключительности, угнетения целых рас. Когда такие выступления проникают в печать, они должны быть распространены между всеми подписчиками в выхолощенном виде, дабы не обидеть подписчиков из южных штатов. «Правдивая

и беспристрастная информация» становится пристрастной от начала до конца, причем распространяется она по всему континенту.

Агентству Федерейтед Пресс, основанному в 1919 году для обслуживания профсоюзной печати, также пришлось столкнуться с этой проблемой. Ряды профсоюзного движения издавна расколоты; фракционность, споры по вопросу о юрисдикции, различная идеологическая ориентация — все это приводит к войне внутри профсоюзов, которая обычно выдвигается на первый план по сравнению с их общей борьбой против хозяина-капиталиста. Когда Американская федерация труда (АФТ) основала новое агентство Федерейтед Пресс, оно должно было поставлять информацию в форме, отражающей общие взгляды еженедельных и ежемесячных профсоюзных журналов, обслуживаемых ею. АФТ разрешила эту проблему так, что ей всегда удавалось снабжать враждующие фракции и соперничающие профсоюзы. Однако руководитель Федерейтед Пресс Карл Хесслер не разделял экстаза Кента Купера. Он заявил:

«Руководство Федерейтед Пресс никогда не поддерживало лицемерного утверждения капиталистических газет, будто информация может быть беспристрастной. Федерейтед Пресс весьма осторожна в деле отбора и изложения фактов, но эти факты, безусловно, интерпретируются с позиций рабочего класса, и мы уверены в том, что в интерпретации капиталистической прессы информация становится прокапиталистической».

Сравнение годового бюджета Федерейтед Пресс, составлявшего в 1936 году 18 тысяч долларов, с годовым бюджетом прокапиталистических агентств, составившим 31 миллион долларов в 1942 году, ярко свидетельствует о формальном равенстве, а не о фактическом!

Но и теперь мы не добрались еще до дна этой полой ямы! Даже уничтожение информации в процессе создания стандартной сенсации в целях обслуживания стандартизированной печати — это еще не все. Достигнута наивысшая ступень производственной эффективности: взаимозаменяемость деталей. Но владелец газеты — это нечто большее, чем просто фабрикант. Действительно, он поручил вести производство нанятому им специали-

сту, именуемому редактором. Теперь владелец газеты ставит себя над производственным процессом и занимается в основном проблемами, характер которых обусловлен целью этого процесса, то есть извлечением прибыли. Именно вопрос купли-продажи поглощает все его внимание. А чтобы владелец газеты мог выступать на рынке, ему должна быть обеспечена наивысшая степень стандартизации и унификации. Однако полная взаимозаменяемость информации для обмена ею между различными издателями, использующими эту информацию в процессе производства товара, именуемого газетой, уже недостаточна. Информация должна быть взаимозаменяемой и в отношениях между покупателями и продавцами, выступающими на рынке!

### *Глава двадцать четвертая*

«НА РЫНОК, НА РЫНОК!»<sup>1</sup>

Жизнь изменила старую песенку. Теперь на рынок идут не маленькие поросята, а толстые свиньи. И в этом факте мы должны найти тот смысл, которого не смогла обнаружить Комиссия по вопросу свободы печати, а именно объяснение поведения, за которое она упрекала владельцев газет. В докладе имеются некоторые статистические данные, полезные для достижения моей цели, и поэтому доклад содействует выполнению моей задачи. Но одновременно он причиняет мне беспокойство, ибо требует от меня большой отваги. Ведь я, рядовой американец, обещаю сделать больше, чем сделали тринадцать человек, каждый из которых занимает более высокое положение, чем я! И я берусь выполнить эту задачу в одном томе, в то время как комиссия в дополнение к своему основному докладу опубликовала шесть книг, причем одна из шести книг подразделяется на два тома. Таким образом, я обязан дать вам за один доллар и пятьдесят центов (или за три доллара в коленкором переплете) больше, чем было создано комиссией, затратившей на свою работу 215 тысяч долларов.

---

<sup>1</sup> Эти слова взяты из американской шуточной детской песенки, где описывается, как три маленьких поросенка отправляются на рынок. — *Прим. перев.*

Видите, как легко доказать, что я взялся за непосильное дело! Но если я не располагаю такой большой суммой, какую имела в своем распоряжении комиссия, то это не только недостаток, но и преимущество, ибо меня не субсидирует печать и, следовательно, я не обязан останавливаться там, где останавливалась комиссия, идти в обход там, где комиссия обходила подводные камни. У меня нет патрона, поэтому я не должен бояться наступить ему на ногу. Значит, мне незачем прибегать к гуманным формулировкам — я могу говорить то, что думаю. Поэтому если я недостаточно ясно выражаю свои мысли, то это объясняется лишь тем, что я не сумел найти лучшей формулировки. Однако в одном я уверен: суть заключается в проблеме рынка, к исследованию которой я и собираюсь приступить.

В результате превращения газетного дела в Большой бизнес издатель оказался оторванным от содержания своей газеты. Теперь он — лишь владелец, выполняющий роль прислужника; решающая роль принадлежит рынку. Огромное расстояние разделяет людей, производящих продукт, то есть владельцев, и людей, покупающих его продукт; отношения между ними свелись к системе выявления обстановки на рынке. Содержание прессы теперь является случайным конечным результатом этого анархического процесса; человеческие существа, участвующие в нем, не имеют права голоса в этом вопросе.

Едва ли есть необходимость подтверждать это в отношении читателей газет. И вам и мне известно, что у нас нет прямой возможности заставить издателя — или фабриканта мыла — вложить другое содержание в его газету или в его мыло. Мы можем оказать косвенное влияние на владельца, покупая его товар или отказываясь от него; мы являемся его рынком, и он реагирует на это. Но он реагирует «а это как фабрикант, а не как издатель; и меры, принимаемые им, рассчитаны на удовлетворение наших потребностей лишь как потребностей покупателей. Наши потребности, то есть нужды человеческих существ, не оказывают ни малейшего влияния на выбор фабрикантом материала, вкладываемого в кусок мыла или в радиопостановку, финансируемую в целях рекламы компанией, производящей мыло. Более того, сам владелец-фабрикант столь же беспомощен в этом вопросе! Это наименее знакомая часть прессы, не говоря

уже о том, что ее меньше всего понимают. Как издатель-владелец не имеет голоса в вопросе о форме или содержании своей газеты! В роли владельца-фабриканта он может и должен принимать решения; в управлении газетой — или мыльным заводом — как Большим бизнесом он обладает некоторой самостоятельностью. В этой роли он должен покупать дешево и продавать дорого. Но именно здесь он сталкивается с последствиями своего собственного роста: ни фабрикант мыла, ни фабрикант газет теперь уже не производит составных частей своего продукта. Они должны пойти на рынок, чтобы купить эти составные части, уплатив соответствующую цену, и не имеют права голоса в вопросе о том, как они должны быть изготовлены. Они покупают готовые детали и затем только собирают их; они не могут давать указания, как именно эти детали должны быть изготовлены, *из каких* частей они должны быть составлены. Поэтому в вопросе о качестве их мыла или их газеты они обладают не большей властью, чем вы или я.

Конечно, предприниматель, изготавливающий детали, находится не в лучшем положении. Он также является фабрикантом; он также идет на рынок, чтобы купить составные части своего продукта; он также приобретает то, что ему предлагают. Таким образом, ни одно человеческое существо ни на одном участке производственного конвейера, ни одно влиятельное лицо, начиная с предпринимателя, изготавливающего исходное сырье, и кончая покупателем, находящимся в конце конвейера, не имеет ни малейшей власти в вопросе о том, что должно войти в продукт, будь то мыло или газета. Все решает холодная, безличная сила — рынок.

Природа конечного продукта отражает существо печати, которая представляет собой ряд механических людей-автоматов, одинаковых, металлических,двигающихся с точностью механизма, присущей скорее роботам, нежели человеческим существам. Бизнес превратился в Большой бизнес, и теперь необходимо стандартизировать продукцию в интересах повышения производительности. Ваша газета и моя газета совершенно похожи друг на друга. Можно разрезать три столичные газеты и, склеив куски, получить одну газету, которая отразит содержание всей печати Соединенных Штатов, читаемой ежедневно более чем 53 миллионами покупателей газет,

помимо дополнительного числа жертв радио, телевидения и кино.

Но под этим единообразием, достигнутым предпринимателем как таковым, скрывается более глубокое единообразие, достигнутое тем же самым человеком, выступающим в роли торговца. «Торговцы словами и образами» — таков подзаголовок первого документа, опубликованного Комиссией по вопросу свободы печати. Этот документ, озаглавленный «Народы говорят с народами», представляет собой не критический обзор, касающийся способов, при помощи которых эти торговцы могли бы более успешно продавать свои товары за границей и тем самым способствовать достижению целей Соединенных Штатов. Подзаголовок этого документа не является результатом оплошности, он лишь отражает язык владельцев газет в их интимных беседах. А на этом интимном языке «информация» не является «правдивой и беспристрастной», она не является «моральной концепцией»; она даже не является «информацией»!

Это некая стандартизованная единица стоимости, в такой же полной мере взаимозаменяемая на мировом рынке, в какой она взаимозаменяема в производственном процессе на фабрике! В этом торговом аспекте «информации» присвоено название «слова и образы, находящие сбыт на рынке». Короче говоря, это товар! Рой Говард в период, когда он еще не принадлежал к узкому кругу, а стремился проникнуть в него, осуждал — на языке рынка, а не морали — монополистическую практику агентства Ассошиэйтед Пресс. Ассошиэйтед Пресс не имеет права, говорил он, устанавливать контроль над «сбором и продажей основного газетного товара — информации — в области, для которой характерна острая конкуренция».

С тех пор Юнайтед Пресс уже давно прорвала этот заколдованный круг; она даже научилась изготавливать в точности такой же «товар», который полностью заменяет товар, производимый агентством Ассошиэйтед Пресс. В настоящее время статьи и иллюстрации в разделе информации представляют собой нечто вроде денежного документа, измеримую ценность, вроде золота или алмазов, могущую быть обмененной на другие вещи, которые люди желают купить, — определенное количество за определенное количество. Столько-то тысяч слов или

иллюстраций за одну унцию золота или за один карат алмазов.

Вот наконец мы и получили окончательный ответ на наш вопрос: что такое информация? В конторе, где бизнесмены прессы выносят решения, которые, в конечном счете, регулируют деятельность редакций, «информация» — это необходимая для издателей и репортеров воображаемая категория, именуемая «словами и образами, находящими сбыт на рынке». В них не больше морали или безнравственности, чем в долларовой бумажке. Моральны ли драгоценные камни? Безнравственно ли золото? И в товаре, который владельцы газет выбрасывают на рынок, моральной ценности не может быть больше, чем в алмазах или золоте. Потрясающий ответ реальной действительности моралистам гласит, что «правдивая и беспристрастная информация» не содержит ни морали, ни «информации». Ее единственным содержанием является рыночная стоимость.

Если вы разрешите мне на минуту забежать вперед, я могу призвать на помощь беспристрастный авторитет. Как мы увидим, именно Кент Купер и Ассошиэйтед Пресс вели борьбу за завоевание мирового рынка американской информацией. И в процессе этой борьбы английский капитализм вообще и английская газетная промышленность в особенности потерпели жестокое поражение. Победенным было особенно обидно, что их прибыли были украдены человеком, принявшим позу сэра Галахэда, занимавшегося поисками священной чаши Грааль. Поэтому лондонский «Экономист» — орган сильно потрепанного английского империализма — подтверждает только что сказанное мною, причем в более резких выражениях. Ссылаясь на книгу Купера «Долой барьеры!», он заявил

«Г-н Купер, подобно большинству крупных бизнесменов переживающий особый вид морального подъема, обнаружил, что его концепция о свободе

---

<sup>1</sup> Согласно средневековой легенде, чашей Грааль пользовался Христос на тайной вечере; позднее в нее была собрана кровь из ран Христа при распятии. Эта чаша, обладавшая многочисленными чудодейственными свойствами и впоследствии привезенная в Англию, явилась предметом поисков рыцарей, один из которых — Галахэд — нашел ее. Галахэд — синоним бескорыстного подвижника. — *Прим. ред.*

совпадает с его коммерческими выгодами. В его оде, посвященной Свободе, нет указания на то, что, когда все барьеры будут устранены, огромные финансовые ресурсы американских агентств могут обеспечить им господство над миром. Его желание не позволить очередному Геббельсу отравить колодцы будет встречено всеобщим одобрением, но демократия не обязательно означает превращение всего мира в поле деятельности Ассошиэтед Пресс. В этой, как и в других послевоенных проблемах — например, в области гражданской авиации, — коммерческую практику обычно смешивают с такими громкими словами, как «Свобода и Права Человека».

### *Глава двадцать пятая*

### **ИСКУССТВО РЕКЛАМЫ**

Даже крикливая подача информации как товара уже не является достаточной для продажи такого количества газет, какое торговцу газетами необходимо продавать, чтобы хорошо заработать на рекламе. Издатель печатает информацию потому, что мало кто покупал бы газету только для того, чтобы читать рекламные объявления, ради которых газета фактически и издается. Информация теперь еще больше напичкана иллюстрациями, но, даже несмотря на это, их приходится дополнять массой развлекательного материала и «вспомогательных средств», рассчитанных на то, чтобы кто-либо из членов семьи настоятельно требовал от ее главы купить газету.

Рост рекламы автоматически повлек за собой этот новый нажим на покупателя и тем самым еще больше засорил содержание газет. В 1944 году Моррис Эрнст поручил кому-то заняться измерением шести нью-йоркских ежедневных газет. Он хотел знать, как в них распределяется «площадь», какая доза каждой составной части входит в готовую продукцию. Результатом этих исследований является таблица, помещенная в конце книги Эрнста «Первая свобода». В таблице отдельно приведены данные об «информации» и «иллюстрациях», которые я лично не вижу причин разделять, ибо они принадлежат к одной и той же категории «слов и образов, находящихся

сбыт на рынке». В двух других разделах говорится о «развлекательных материалах» и «рекламе», из которых каждый рассчитан на определенного читателя.

В результате подсчета «Нью-Йорк Таймс» получила наилучшую арифметическую характеристику. Ровно половина площади этой газеты была посвящена информации (к которой я отношу и иллюстрации к информации); вторая половина была (разделена точно в пропорции 2 к 1, причем две части были заняты развлекательными материалами и одна часть — рекламой. Таким образом, лишь немногим более одной шестой «площади» «Нью-Йорк Таймс» отводится под рекламу. Объем рекламы в указанных шести газетах распределяется следующим образом (в процентах): 17,6; 38,5; 41,8; 50,4; 53,5; 57,3. Конечно, по мере увеличения объема рекламы информация должна соответственно уменьшаться: 42,4; 35,6; 29,9; 26,8 и 23 процента. Объем развлекательных материалов не столь велик, и это отражает их роль — заполнять пространство между рекламой и информацией. То обстоятельство, что в маленьких бульварных газетках [«таблоидах»] площадь, предназначенная для информации, делится более или менее поровну между текстом и иллюстрациями, в то время как в «Нью-Йорк Таймс» объем текста относится к объему иллюстраций, как 9 к 1, никого не удивляет и ничего не доказывает.

В действительности поучительными являются не сами цифры, а история о том, как газеты дошли до такого положения Колкинс объясняет это с четкостью и слепотой, характерными для бизнесмена. Колоссальный рост рекламы привел к тому, что роет тиража газет стал убыточным делом, а реклама — единственным источником доходов и прибылей. Тем не менее реклама снова и снова требовала от владельца газеты увеличения тиража. Он продавал свою газету с убытком, но чем больше он «терял», тем легче ему было побудить лиц, помещающих рекламные объявления, использовать его газету и тем больше он мог брать с них за предоставленное им в газете место. Создавшаяся в результате этого насущная необходимость добиться увеличения тиража любой ценой вызвала появление «комиксов», достигших популярности, которую можно сравнить лишь с популярностью кино. И, подобно кино, они искажали действительность до такой степени, что создавалось

впечатление, будто воображаемая смерть фиктивного героя «комикса» может вызвать национальный кризис. «Комиксы» нанесли газете, уже и без того лишенной спокойной последовательности, гораздо больший ущерб, чем это кажется с первого взгляда. Колкинс описывает эти извращения с точки зрения рекламодателя.

«Цель обыгрывания некоторых элементов информации состоит в привлечении большего числа читателей для увеличения тиража, что, в свою очередь, влечет за собой увеличение прибылей от рекламы. Когда появляется информация, которая, как думает редактор, подходит для такого «обыгрывания», он использует всю свою изобретательность, чтобы соответствующей подачей этого материала затмить других и способствовать увеличению продажи».

Цель издателя состоит только в продаже возможно большего числа газет, но ради достижения этой цели он фальсифицирует действительность, и наш специалист по рекламе боится последствий этого для рекламы. Эта «переоценка», или «эксплуатация», газетного сообщения сверх его фактической ценности представляет собой своего рода «премию», и человек, покупающий газету ради получения в качестве бесплатного приложения книги, едва ли увлекается газетой так, как тот, кто покупает ее ради нее самой. Поэтому он, вероятно, не так будет стремиться купить товары, рекламируемые на страницах газеты. Имея в виду это обстоятельство, Колкинс неодобрительно отзывается о «премиях». В категорию «премий» попадают также все сенсационные развлекательные материалы и чрезмерно сенсационная подача и без того уже сенсационной информации.

«Премия — это подношение с целью побудить человека подписаться на газету. Многие рассказы, используемые газетами ради увеличения тиража, — это не что иное, как премия. Они являются приманкой, выходящей за рамки законных методов подачи информации. «Комиксы», стандартные материалы, поставляемые газетными синдикатами, «задушевные беседы», викторины, кроссворды, статьи различных авторов на одну и ту же тему, статьи, якобы написанные спортсменами, переплывшими Ламанш, бейзболистами, боксерами, мэрами городов и другими

героями сенсационных новостей дня, — все это лишь приемы, применяемые в целях побуждения читателя читать данную газету, и они не способствуют тому, чтобы газета была подлинной газетой. Книга, выдаваемая с целью обеспечить подписку, является премией. Конечно, повесть с продолжениями, опубликованная на столбцах газеты, отличается от такой книги только по объему, но не по характеру. К этой же категории относятся и все чрезмерно раздутые сообщения о текущих событиях. Они тоже являются премиями, предлагаемыми той части публики, которую невозможно убедить читать информацию. Логическим следствием такой политики является существование бульварной газеты уменьшенного формата, которая... не только помещает сенсационные новости под крикливыми заголовками в духе последнего крика моды, но и совершенно опускает всякую иную информацию. Такая газета похожа на газету не больше, чем «Сборник пикантных рассказов».

Указанные премии раздаются с целью увеличения тиража газеты, но в силу этой тенденции газета выходит за рамки того, что может считаться газетой, — газета превращается в рекламную полосу. Реклама выступает под маской информации. Колкинс описывает грандиозные приготовления печати к опубликованию сообщений о состязании боксеров тяжелого веса на звание чемпиона мира, сопровождаемых не менее грандиозной предварительной рекламой. Как журналист, я знаю, что в действительности владелец газеты и его редакторы, попав в круговорот сенсации, обнаруживают, что легче использовать до конца одну сенсацию, чем ежедневно создавать новые. Но результатом этого является «продажа», то есть рекламирование самого чемпионата. Вот эта-то бесплатная реклама и мучает нашего рекламодателя.

«Насколько мне известно, — пишет Колкинс, — лицо, организовавшее чемпионат и извлекающее из него основную выгоду, не затратило ни одного цента на рекламу. Его обеспечили рекламой любящие друзья, газеты. Почти 150 тысяч человек уплатили 2 миллиона долларов за право попасть на чемпионат... Из них лишь некоторые действительно интересовались самим соревнованием. Остальные же

пришли туда, будучи не в силах противостоять непреодолимому влиянию газетной рекламной кампании, продолжавшейся изо дня в день до самого открытия чемпионата».

Колкинс считает, что «на два миллиона долларов невозможно было бы купить такое количество подобного рода рекламы». Именно благодаря бесплатной рекламе организация чемпионата, «частного, коммерческого предприятия», становится прибыльным делом. Газеты замалчивают указанный факт в силу того, что они «придерживаются иных этических взглядов на бесплатную рекламу».

Вот эти «иные этические взгляды» и доказывают, что вышеописанная дутая реклама *не* является случайным результатом постоянной погони за тиражом. Напротив, вся газета является огромной рекламной полосой. «Иные этические взгляды» — это формальное правило газетной этики, запрещающей бесплатную рекламу. Небезинтересно ознакомиться с историей возникновения этого правила.

«В первые дни платной рекламы лицо, помещающее рекламу, обычно прилагало к своему заказу на место в газете несколько перепечатанных статей, касающихся его продукции. Эти статьи газета должна была помещать бесплатно в качестве материала для чтения в обмен на предоставление рекламы, и в большинстве случаев газета помещала их. В те дни рекламировались в основном патентованные лекарства; в перепечатанных статьях описывались чудодейственные свойства лекарств. Некоторые менее крупные газеты помещали целые столбцы этого материала».

Постепенно газетам пришлось уделять таким статьям слишком много места, да к тому же читатель научился игнорировать эти «замаскированные» рекламы. Поэтому газеты начали помечать их знаком «реклама», или звездочкой, или же печатали их самым мелким шрифтом, а потом, наконец, сказали: «Хватит, ребята!»

Эти «неуклюжие первые попытки» уже не удовлетворяли требованиям современности, и тогда «появилось целое племя агентов по рекламе», стремившихся найти новые пути Колкинс фиксирует результат, не связывая

его с действительной причиной. Даже самый первоклассный «советник по вопросам общественных отношений» не сможет объяснить этого явления. Нельзя его отнести и за счет одной лишь глупости владельцев газет, не замечающих, что они выбрасывают на ветер миллионы долларов, помещая бесплатную рекламу. Фактическая причина заключается в том, что газета является строго коммерческим предприятием и как таковое не имеет и не может иметь принципов, отодвигающих на задний план принцип наживы. Начиная с того момента, когда газета стала зависеть от продажи товара на рынке — товара, собранного из частей, купленных на товарном рынке, — она неизбежно оказалась пропитанной торгашеским духом. Дальнейшее историческое развитие поставило доход газеты в зависимость от ее способности продавать товары других торговцев путем продажи собственного товара. Естественно, что все ее мировоззрение было приспособлено к этой функции; родственный дух коммерции пропитывает ее страницы. Прозрачная форма такой рекламы могла с течением времени вызвать недовольство, но коммерческая функция газет никогда не будет ограничена выделением места для оплачиваемой рекламы; столбцы новостей будут пополняться более искусно замаскированной рекламой. Введение отраслевых разделов явилось разрешением этой проблемы.

«Постепенно обычный раздел новостей был пополнен отраслевыми разделами: библиография, развлечения, спорт, а позже и более специальными — автомобили и радио, — пишет Колкинс. — Эти страницы являются, по сути дела, рекламой, восхваляющей ту или иную отрасль промышленности в целом и особенно изготавливаемые ею отдельные продукты, развенчивающей некоторые группы предпринимателей в пользу других, не более достойных... Эти разделы были свалкой для всех перепечатанных рекламных материалов, пока нажим не стал чрезмерным. В настоящее время такие разделы возглавляются высококвалифицированным специалистом по рекламе, выступающим под видом редактора соответствующего отдела».

Когда г-н Джозеф Джексон — писатель, редактор, критик, заведующий библиографическим разделом газеты

«Сан-Франциско кроникл» (и редактор полосы, где печатаются материалы, поставляемые газетными синдикатами), — сказал мне», что он не может «позволить себе тратить время на чтение моих книг, чтобы узнать, достойны ли они рецензии», он рассуждал как честный специалист по рекламе: мои книги и мой издатель (то есть я сам) никогда не принесли бы газете доходов от рекламы. Говоря более обобщенно, мои книги никогда не нашли бы себе достаточного спроса на книжном рынке, что является единственной заботой Джексона. Человеческие (моральные нормы не входят в сферу интересов рынка. Его критерием является меновая стоимость.

Неограниченная замаскированная реклама дополняется «чрезмерным объемом материала», помещаемого самими монополиями или в их интересах. Названия «огромных промышленных корпораций и коммунальных предприятий» появлялись в печати слишком часто, чтобы это радовало их, и даже публикуемые ими официальные опровержения не могли полностью возместить нанесенный ущерб. Это породило «новую профессию, известную под названием советника по связи с общественностью... Это был прежний агент по печати в цилиндре». Он заполняет столбцы услужливых газет такой рекламой, которая не является невинным продуктом собственной глупости газеты; реклама приобретает окраску, «устраняющую последние следы искренности из газетной этики, которую в ином случае можно было бы назвать восхитительной».

«Это — статьи, публикуемые по просьбе торговых домов, корпораций, коммунальных предприятий, благотворительных обществ, театральных антрепренеров и многих других лиц, добывающихся рекламы. Мотивы здесь иные. Такой материал не способствует увеличению тиража. Это — результат нажима...»

Колкинсу не следует быть таким деликатным. То, о чем он говорит, является результатом развращенных взглядов, слагающихся из замаскированной рекламы, являющейся нормальной функцией газеты, из взяток, предоставляемых газете в форме рекламы или вручаемых какому-нибудь служащему газетного издательства, который имеет возможность оказать услугу кому-либо. Взятки

последнего вида совершаются либо в денежной форме, либо в форме различных услуг, которые может предложить корыстный бизнесмен.

Что-то испортило официально санкционированное изображение печати, нарисованное г-жой Рузвельт. Вырисовывающаяся сейчас картина далеко не так красочна. Она показывает, что пресса представляет собой наполовину рекламу, на одну четверть — «комиксы» и на одну четверть — искаженную информацию в форме сенсационного товара, именуемого «новостями», — товара, который к тому же, как мы сейчас установили, отравлен замаскированной рекламой.

ЧАСТЬ ЧЕТВЕРТАЯ  
ПРОСТО МОНОПОЛИЯ

*Глава двадцать шестая*

**МИЛЛИОНЫ МАРШАЛЛА ФИЛДА**

Говорят, что Маршалл Филд унаследовал 164 миллиона долларов от двух других Филдов, которые сколотили себе состояние в Чикаго на недвижимой собственности и универсальных магазинах. Повидимому, эти деньги вызвали у него чувство некоторой неловкости — я говорю это ему в похвалу — за поведение американских мультимиллионеров вообще и их печати в особенности. Довольно хорошо известно, что совесть Филда особенно мучил сплоченный фронт газет, выступавших против Нового курса Рузвельта. Если бы г-н Филд решил взять на себя задачу формирования общественного мнения, то даже огромные расходы, с которыми сопряжена сейчас организация издательского дела, едва ли остановили бы его. Так он и решил. Основав в Нью-Йорке газету «ПМ», Филд затратил миллионы долларов, пытаясь противопоставить ее существовавшим ежедневным газетам. Но вместо того, чтобы стать человеком, формирующим общественное мнение, Филд стал бывшим издателем, ибо люди, пришедшие в газетную область первыми, попросту изгнали его оттуда! «ПМ» не только не могла полемизировать с этими бандитами — ей не дали бы существовать даже в том случае, если бы она согласилась молчать.

Маршалл Филд не мог даже продать свою газету. Ему в конце концов пришлось передать ее другому лицу, основателю — еще менее успешно — новую газету. Как вам, вероятно, известно, первая наследница этого предприятия, газета «Стар» (ее владельцами были юрист из Сан-Франциско Бартлей Крам и нью-йоркский журналист Джозеф Барнс), передала это разорительное

имущество Теодору Тэкрею, безрезультатно израсходовав около двух миллионов долларов, предоставленных кем-то для этой цели. Тэкрей, в свою очередь, начал издавать внучку «ПМ», газету «Дейли компас», с помощью восьмидесятилетней Аниты Маккормик-Блэйн из Чикаго, разделявшей собственность на часть сельскохозяйственных предприятий Маккормика, с одной стороны, а с другой — разделявшей ненависть Филда к другому Маккормику — издателю «Чикаго трибюн». Внучка скончалась, не оставив наследника, в конце осени 1952 года.

Из этой истории вытекает следующая косвенная мораль. Тэкрей — последний из трех издателей — стал издателем благодаря женитьбе на владелице «Нью-Йорк пост», урожденной Доротти Шифф, наследнице крупной банковской фирмы. Когда взгляды Тэкрея стали все больше и больше отклоняться от общепринятых взглядов издателей и банкиров, оборвались и брачные узы, а с ними и связь Тэкрея с «Нью-Йорк пост». В результате упорных усилий Тэкрея «Дейли компас» приобрела значительно больше характерных особенностей, чем «ПМ» или «Стар», но старая окопавшаяся в газетном мире группа не позволила, чтобы эта своеобразная газета завоевала себе широкую аудиторию: тираж ее оставался небольшим. Кроме того, ввиду болезни престарелой покровительницы «Дейли компас» остальной части клики Маккормика удалось захватить деньги г-жи Блэйн и прекратить субсидирование газеты еще до смерти г-жи Блэйн. Мораль (отметим это лишь между прочим) состоит в том, что при существующих условиях, определяющих свободу печати в Соединенных Штатах, право на малейшее расхождение во взглядах имеют лишь мультимиллионеры, не потерявшие совести.

Маленький человек со скромным желанием издавать небольшую газету в небольшом городе не может сделать этого, имея лишь несколько тысяч долларов.

«Стоимость новых машин и оборудования, необходимых для издания ежедневной газеты с тиражом в 10 тысяч экземпляров, достигает 250 тысяч долларов... Но одни лишь машины — это еще не все, чтобы добиться распространения газеты. Независимо от того, купите ли вы газету или создадите ее, она обходится дорого и зачастую является самой крупной

расходной статьей в балансе». («Удачливый издатель». Цитируется в книге «Сохранение свободной печати в условиях конкуренции».)

Другая мораль — уже не косвенная, — вытекающая из судьбы Маршалла Филда, состоит в том, что даже мультимиллионер не может купить право на издание газеты, отличающейся от других. У Филда было достаточно денег, но деньги — это еще не все. За восемьдесят лет, прошедших со дня смерти Беннета и Грили, что-то случилось с прессой, построенной на коммерческой основе. Дело в том, что пресса стала замкнутой корпорацией. Теперь это — закрытый клуб с весьма жесткими правилами приема. Каста не любит новых лиц. Для того чтобы она рассмотрела кандидатуру нового члена клуба, необходимо, чтобы умер один из его старых членов.

Прошло лет двадцать с момента смерти Беннета, когда окончательно начал формироваться этот характер прессы, построенной на коммерческой основе. И тем не менее все это была работа Беннета. Это же лежит на совести его примитивного агентства, которое, как уже было показано, несет ответственность за нынешнее единообразие информации. Агентство Беннета содержало в себе не только зерно стандартизации, но и зародыш монополии. Ибо именно монополия последовательно, одну за другой, раздавила газеты «ПМ», «Стар» и «Дейли компас». Банда, вроде шайки Аль Капоне, похоронила три поколения газет на своем собственном, уже переполненном кладбище, где покоятся издатели, которым не удалось купить покровительство гангстеров.

С первого взгляда идея Беннета кажется полной противоположностью монополии — это программа сотрудничества ради взаимной выгоды. Благодаря взаимному обмену новостями каждая газета-участница имела возможность снабжать своих читателей информацией о других районах, которую в противном случае она не могла бы собирать, или же такая газета могла поставлять эту информацию до прибытия газет из других районов, то есть до того, как она попадает в распоряжение местного издателя. В этом последнем преимуществе и заключается все дело. Когда прибывают газеты из других районов, все местные газеты могут пользоваться ими на равных основаниях. Информационные бюллетени, пересылаемые на почтовых лошадях, обеспечивали одной

местной газете преимущество над всеми конкурентами. Объединение ресурсов представляло собой сотрудничество, но не всеобщее сотрудничество — допуск в объединение не был открыт для всех, желавших вступить в него

Напротив, объединение было монопольным в принципе; оно приняло несколько газет в число своих членов в основном для того, чтобы не допустить туда остальных. В районе Нью-Йорка каждый член объединения поставлял новости одной лишь «Нью-Йорк гералд», а новости «Нью-Йорк гералд» поставлялись только одной газете в каждом другом районе. Таким образом, это представляло собой сотрудничество в целях конкуренции. Газета, входящая в объединение, способна раздавить своих местных конкурентов. А если объединение состоит из самых сильных газет каждого города — газет, уже обладающих преимуществом в местной конкуренции, — то объединение является союзом сильных, специально созданным с целью разгрома слабых во всех районах. Создание по этому принципу единого общегосударственного агентства было бы равносильно соглашению между основными газетами об уничтожении своих более слабых соперников, о предотвращении появления на сцене новых пришельцев и, следовательно, о сохранении статуса кво в газетном деле.

Ассошиэйтед Пресс является именно таким агентством. Оно распространило принцип исключительности Беннета на всю страну. Оно было и — как оно самодовольно вещает всему миру — остается объединением. Газеты, пользующиеся (и оплачивающие их) услугами этого объединения и поставляющие ему свою собственную информацию (бесплатно), являются его «членами». Участие в объединении обеспечивает газете не только право на обслуживание, но и «право» лишить аналогичного права любую другую газету в данном районе. Если вы хотите вступить в клуб, то издатель в вашем городе, являющийся членом этого клуба, может вас забаллотировать. Это называется его «правом протеста».

Эдвард Уиллис Скриппс, создавший в Кливленде «Пенни пресс», основал группу Скриппс — Говард. Позже он основал свое собственное телеграфное агентство, которое, в конце концов, переросло в Юнайтед Пресс

потому, что Ассошиэйтед Пресс являлось «кастовым клубом», выживавшим «чужаков».

«Его газетное объединение предоставляло услуги любой газете, располагавшей средствами для их оплаты, и не продавало права членства или права протеста против предоставления услуг конкуренту».  
(Браун.)

Маршалл Филд быстро обнаружил, что Ассошиэйтед Пресс не изменилась со времени Скриппса, чего нельзя было сказать о Юнайтед Пресс. Юнайтед Пресс стала по духу ближе к Ассошиэйтед Пресс. Но не в этом, однако, суть дела. Филд понял, что ни Юнайтед Пресс, ни третье агентство — Интернэйшнл Ньюс Сервис — не могут служить базой для столичной газеты, конкурирующей с остальными столичными газетами. Они принадлежат первое — Говарду, второе — Херсту и входят в строго очерченные системы газетной собственности, которые представляют собой не просто газетные объединения, а целые империи. Как правило, лишь мелкие газеты в небольших населенных пунктах могут довольствоваться информацией только этих двух агентств. Газеты Херста и Говарда, издающиеся, как правило, в столичных городах, пользуются — так же, как и другие крупные столичные газеты — услугами Юнайтед Пресс или Интернэйшнл Ньюс Сервис только в качестве дополнения к более полным бюллетеням Ассошиэйтед Пресс. Для того чтобы предложить покупателям в полном смысле слова конкурентоспособный товар, необходимо поставлять специфическую сенсацию данного момента, все скандальные новости сегодняшнего дня — и именно сейчас, а не через десять минут. Короче (говоря, Филд понял, что вступление в число членов Ассошиэйтед Пресс является не только желательным — без него фактически вообще невозможно создать газету.

Филд решил основать предприятие и пустить корни в своем родном городе Чикаго, где газета «Чикаго трибюн» господствует не только над утренними газетами, но и во всех областях информации. Полковник Роберт Р. Маккормик — одна из значительных фигур в правлении Ассошиэйтед Пресс — слишком ценил свободу печати, чтобы делить ее с «Сан» — газетой Филда. Вето Маккормика лишило его земляка и коллегу-миллионера возможности вступить в члены Ассошиэйтед Пресс.

«Сан» должна была начать свое существование без крайне необходимого бюллетеня Ассошиэйтед Пресс.

Кроме того, «каста» не позволила «Сан» использовать городское бюро информации, которое содержат совместно другие газеты.

С фотоинформацией дело обстоит так же, как и с обычной информацией. Газетные фотоагентства Уайрфотос и Уайдуорлд являются собственностью Ассошиэйтед Пресс, следовательно, они являются исключительной собственностью «Чикаго трибюн». Фотоагентство Акмэ, принадлежащее Говарду, было недоступно для Филда, хотя Говард и не имеет газеты в Чикаго. Акмэ имело монопольный контракт с «Чикаго трибюн». Херстовское агентство Интернэйшнл Ньюс Фотос не имело права продавать фотографии газете «Сан», так как в городе издавалась херстовская газета «Гералд-Америкэн». Вне этого круга нет никаких источников фотоинформации. Он настолько монополен, что, как это ни парадоксально, даже «Дейли уоркер» обычно покупает основную массу своей незначительной фотоинформации в херстовском филиале, который продает фотоклише бедным издательствам.

Короче говоря, «слова и образы, находящие сбыт на рынке», купить невозможно. Они «находят сбыт» в том смысле, что представляют собой товар, за которым гонятся покупатели, и что ценность их измеряется в деньгах. Но их невозможно купить за деньги, если владелец не захочет продать их *именно вам*. Рынок не является свободным; «информация» — это монополия.

#### *Глава двадцать седьмая*

#### **НУЖЕН ДИК ТРЭЙСИ<sup>1</sup>**

Маршалл Филд не мог купить информацию даже на свои миллионы. Но это еще не все. «Слова и образы, находящие сбыт на рынке», — это нечто большее, чем просто информация и иллюстрации к ней; они представляют собой лишь первую составную часть газеты, являющейся продуктом машинного производства. И то, что относится к первой составной части, которую владелец

---

<sup>1</sup> Персонаж «комикса». — *Прим. ред.*

газеты должен купить у соответствующего предпринимателя, относится и к другим составным частям. Принцип исключающей конкуренции лишил «Сан» возможности свободно покупать вторую составную часть — развлекательные материалы.

Эти материалы являются собственностью синдикатов. В докладе комиссии говорится о «газетных ассоциациях и примерно ста семидесяти пяти компаниях», предлагающих «поставку развлекательных материалов во все уголки страны», в результате чего, «в отличие от картины, имевшей место пятьдесят лет назад, информация, фотографии, карикатуры и статьи становятся все более однообразными».

Окажись вы «а месте Маршалла Филда, вы бы скоро узнали, что цифра «сто семьдесят пять» совершенно не соответствует действительности. Эта цифра создает впечатление, будто бы существует свободный рынок, где выступает много конкурентов. Такого рынка не существует. Материалы, необходимые для столичной газеты, все без исключения являются собственностью Херста, Говарда, группы Маккормик — Паттерсон («Чикаго трибюн», «Нью-Йорк дейли ньюс», «Вашингтон гералд») и агентства Ассошиэйтед Пресс. Газетные объединения (принадлежащие им три газеты, пользующиеся большим успехом, обеспечивают двум полковникам — Маккормику и Паттерсону — достаточный тираж для того, чтобы они стояли в одном ряду с этими объединениями) составляют основной рынок, на базе которого можно создавать такие «ценности», как «комиксы», фельетоны и другого рода приманки для покупателей, представляющие эту составную часть газеты. Приобретение любых конкурентоспособных материалов, то есть уже оправдавших себя приманок, способствующих увеличению тиража, абсолютно недоступно. Филд ничего не смог купить.

Стоит ли говорить о том, что без этих спасительных средств нет смысла приниматься за дело. Для того чтобы вы поняли, насколько это верно, мне придется изложить некоторые подробности. Сенатская комиссия по делам мелких предприятий, изучая проблемы мелких издателей, получала много писем от маленьких людей, к голосам которых раньше никто не прислушивался. Один из них Дж. П. Хаскинс, генеральный директор газеты «Стейтсвилл дейли рекорд» (Северная Каролина), жало-

вался на то, что филиал Ассошиэйтед Пресс, Иллюстрейтед Ньюс Фичерс, отказывается продавать ему некоторые цветные «комиксы», которые он, Хаскинс, желал бы приобрести, если он не будет покупать информационный бюллетень Ассошиэйтед Пресс, чего Хаскинс не мог себе позволить.

«Ассошиэйтед Пресс настаивает, что это не монополия, — писал Хаскинс в сенатскую комиссию. — Для того чтобы получить действительно нужные вам материалы, необходимо быть членом «клуба» и согласиться пользоваться самыми дорогими услугами».

Другое письмо, адресованное комиссии, говорит о том, что, даже купив информационный бюллетень, вы не получите желаемых материалов, если одна из крупных газет будет возражать против этого. Второе письмо, значительно более длинное, глубже затрагивает эту проблему. Оно показывает, что газетные агентства изъявляют желание продавать вам информационный бюллетень только потому, что это превращает вас в бесплатное бюро информации, но вся система действует исключительно ради выгоды крупных издателей. Газетные агентства допускают (и даже желают этого), чтобы некоторое число мелких газет продолжало существовать, чтобы покрывать расходы, связанные со сбором информации и другими функциями всей прессы. Однако мелкие газеты не смеют с ними конкурировать; они имеют право существовать, но не должны претендовать на свою долю прибыли.

Автором второго письма является Стэнли Колкинс — издатель нескольких газет в штате Пенсильвания («Юнионтаун морнинг гералд энд Ивнинг Стандард», «Иликуиппа ивнинг Таймс», «Бивер вэлли Таймс») и бывший президент Пенсильванской ассоциации издателей газет, — и его никак нельзя назвать противником коммерции как таковой.

«Невозможность для мелких ежедневных газет покупать первоклассные развлекательные материалы ставит их в явно невыгодное положение, в особенности если они издаются в населенных пунктах, прилегающих к столичным центрам.

Около пятнадцати лет назад синдикат НЕА аннулировал контракты, заключенные с рядом газет,

издававшихся в радиусе пятидесяти миль от Питсбурга. НЕА является синдикатом по поставке развлекательных материалов; принадлежит он концерну Скриппс—Говард, владеющему газетой «Питсбург пресс». Юнайтед Фичерс — другой синдикат концерна Скриппс — Говард — проводит такую же политику на той же территории.

В прошлом году Кинг Фичерс Синдикейт — организация, принадлежащая Херсту, уведомила мелкие ежедневные газеты, издаваемые в радиусе ста миль от Питсбурга, что их контракты не будут возобновлены. Эта мера была принята с целью укрепления конкурентоспособности херстовской газеты «Питсбург сан-телеграф».

«Чикаго трибюн» — Нью-Йорк Ньюс Синдикейт не имеет прямой финансовой заинтересованности в газетах Питсбурга и проводит несколько более терпимую политику в вопросе о развлекательных материалах. Но... НЕА, Юнайтед Фичерс, Кинг Фичерс, «Чикаго трибюн», Нью-Йорк Ньюс Синдикейт, Макноут Синдикейт и Паблишерс Синдикейт не разрешают использовать свои развлекательные материалы в пригородной зоне больших городов, где продаются более крупные газеты

Политика концерна Скриппс -- Говард, контролирующего Юнайтед Пресс, и херстовской организации, контролирующей Интернэйшнл Ньюс Сервис, сводится к тому, чтобы продавать свою информацию повсюду, где только возможно. Это самый дешевый и самый эффективный способ сбора достаточного количества информации во всех больших и маленьких городах (ибо газеты-подписчики также поставляют местную информацию). Без помощи мелких газет столичная пресса не могла бы получать многие сенсационные известия по такой же цене, в какую они обходятся сейчас. Однако политика этих концернов немедленно меняется, если какая-либо мелкая ежедневная газета просит дать ей материал, который, как считают эти концерны, представляет особый интерес.

Мелкие газеты, издающиеся в удаленных от больших городов районах, покупают материалы различных синдикатов по цене, обеспечивающей им воз-

возможность использования этих материалов в больших городах, которую многие, несомненно, нашли бы чрезмерно дорогой, если бы использование их ограничивалось только несколькими крупными столичными центрами».

Чтобы показать, как четыре вышеупомянутых синдиката, или газетные империи, полностью монополизируют материалы (а также для того, чтобы проиллюстрировать, насколько далеко отклонилась пресса от своей первоначальной функции — поставки информации), я приведу список «ценностей», обеспечивающих большой тираж газет, — «ценностей», которые принадлежат монополистам и (или) которые они распространяют. Этот список был опубликован в 1946 году в «Эдитор энд публишер» и цитировался сенатской комиссией.

*Материалы, распространенные синдикатом Иллюстрейтед  
Ньюс Фичерс (филиал Ассошиэйтед Пресс)*

Предварительная программа радиопередач	Уход за внешностью
Приключения Пэтси	Обзоры Бойла
Статьи об искусстве	Бродвей
Еженедельные рецензии на книги	Круглосуточная программа радиопередач
Статьи для автомобилистов	Статьи о ежедневных радиопрограммах
Клубы	Статьи, посвященные научным проблемам
Кроссворды	Скорчи Смит
Дикки Дейр	Роман-фельетон
Обзоры Диксона	Карикатуры из спортивной жизни
Семья Дулиттл	Статьи по вопросам спорта
Статьи о модах	Спортивные обзоры
Статьи о продуктах питания	Новое в спорте
Статьи о садоводстве	Почтовые марки
Голливуд (2)	Исключительно личное
Гомер Хупер	Стабби Стаут
Статьи о домашнем хозяйстве	Беседа с юношеством
Литературная критика	Статьи о театре (2)
Вашингтонские перспективы	Моды дня
Меню	Статьи для девушек
Статьи об авиации	
Карта мира	

Страна сегодня  
Добрые соседи  
Новости в карикатурах  
Оки Докс  
О, Диана!  
Развлечения на открытом воз-  
духе  
Пиктограммы  
Выставки картин  
О, эти женщины!  
Вещи будущего

Советы ветеранам  
Вашингтонский дневник  
Вашингтон «не для печати»  
Что это значит  
Обзор Уайта  
Международные события те-  
кущей недели  
Годовой обзор предпринима-  
тельской деятельности  
Обзор событий за год

*Материалы Кинг Фичерс Синдикейт*

Статьи Адель Гаррисон  
Советы влюбленным  
По Америке  
Глазами Пеглера  
Информация Беринга Дауна  
Барклай о бридже  
Барни Бакстер  
Барни Гул и Снаффи Смит  
Уход за внешностью  
За кулисами Голливуда  
Хотите верить, хотите нет  
Карикатуры Берримана  
Самые смешные рассказы  
Большая сестра  
Блондиночка  
Ежемесячные рецензии на кни-  
ги  
Тренировка мозга  
Брик Брэдфорд  
Воспитание отца  
Светлая сторона  
Приятель  
Баз Сойер  
Психология ребенка  
Полковник Поттерби и герцо-  
гиня  
Красотки  
Обзоры Дана Паркера

Элмер  
Этта Кетт  
Факты в фотографиях  
Загадки  
Моды  
Коротко о модах  
Феликс  
Флэш Гордон  
Семья Хлоп  
Статьи о продуктах питания  
Искатель сокровищ  
Статьи о садоводстве  
Шикарные девицы  
Хороший тон  
Рассказы для чтения перед  
сном  
Уголок Грэхэма  
Хэни  
Генри  
Как вести домашнее хозяйство  
Советы по хозяйству  
Личный гороскоп  
Здесь говорится  
В Голливуде  
В Вашингтоне  
Джейн  
Джонни Хазард  
Динглхуфер и его собака

Доналд Дак  
Д-р Боббс  
Статьи д-ра Бандесена  
Контракт-бридж  
Ежедневный кроссворд  
Дневник мод  
Двойное беспокойство  
Редакционная карикатура  
Маленький Иод  
Маленький Джимми  
Маленький король  
Маленькая мисс Маффет  
Одинокий бродяга  
Лондонские иллюстрации  
Размышляя о жизни  
Маг Мандрагора  
Карусель  
Почта Мэри Хэйворт  
Средневековый замок  
Микки Маус  
Мистер Брегер  
Мадам Кивив  
Мистер Джо Тарп пишет  
Магс и Скитер  
Мертл  
Закулисная информация  
Нью-йоркская кавалькада  
Слово за слово  
Между прочим  
Озарк Айк  
Бродяга Пит  
Фантом  
Полли и ее приятели  
Электростанция  
Отважный принц  
Личная жизнь Бака  
Счастье Типа Тайлера  
Джим из джунглей  
Мальши  
Ребята с похмелья

Король канадской конной по-  
лиции  
Юмор  
Веселое время  
В мире радиопередач  
Маленькая Анни Руни  
Маленькая Иви  
Кокетливая принцесса  
Загадки и развлечения  
Радиопатруль  
Дома  
Начальник полиции Роки Мэй-  
сон  
Квартира и стол  
Саппо  
Альбом газетных вырезок  
Скотта  
Морская собака  
Альбом Скотта  
Тайный агент X-9  
Наблюдая звезды  
Сержант Пат из радиопатруля  
Снукамз  
Скиппи  
Что говорит сынок  
Карикатура на спортивную  
тему  
Спорт  
Беличья клетка  
Звезды говорят  
Только Гихтер  
Воскресная школа и рисунки  
на темы из библии  
Сент-Санфлауэр  
Сюзи К. Смит  
Тина  
В эти дни  
Они будут делать это во-время  
Театр миниатюр  
Труженица Тилли  
Вашингтонская сцена

Типпи  
Сегодняшний день в истории  
Сегодняшнее меню  
Хутс и Каспер  
Попробуй, останови меня!  
Таффи  
Дядя Ремус  
Голос Бродвея  
Уолтер Уинчелл

Информация из Вашингтона  
Таков Вашингтон  
Что вы знаете?  
Добрые пожелания  
Женщина в Нью-Йорке  
Удивительная женщина  
Излечение от забит  
Ваша фигура, мадам...  
Вы говорите мне

### *Материалы синдиката HEA*

Алле гоп  
Рисунки для вышивания Арни  
Кэбота  
Бэйб «Н» Хорас  
Шпильки  
Бейзбольные соревнования  
Бутс  
Бутс и ее друзья  
Страничка для мальчиков и де-  
вочек  
Кегельные соревнования  
Бренца Бдиз  
Диаграммы о предприниматель-  
ской деятельности  
Капитан Изи  
Карнавал  
Карикатура  
Детская психология  
Комический зоопарк  
Кроссворд  
Ежедневная беллетристика  
Врач говорит  
Рисованные карты  
Редакционная карикатура  
Редакционные статьи  
Фотографии мод  
Очерки о модах  
Информация о модах  
Баскетбольные соревнования

Косметические советы  
Короткие заметки об уходе за  
внешностью  
Пекарь Вифф  
Бутс  
Международная воскресная  
школа  
Маккени о бридже  
Фотоиллюстрации  
Информация на злободневные  
темы  
Братья чудачки  
Наш пансион  
Необычное для нас  
Статьи о парижских модах  
Предварительное сообщение о  
важных событиях спортивной  
жизни  
Вопросы и ответы  
Готовые к печати «комиксы»  
Ред Райдер  
Научная информация  
Подсчет очков  
Серийные рассказы  
Быстрый взгляд  
Краткие сообщения  
Социальные вопросы  
Итак, они говорят...  
Сообщения, посвященные спе-  
циальным темам

Финансовые диаграммы  
Финансовые обзоры  
Футбольные соревнования  
Статьи на международные темы  
Фреклс и его друзья  
Смешное дело  
Новое о мебели  
Иллюстрированные статьи,  
представляющие интерес для  
всех женщин  
В Голливуде  
Очерки о меблировке помеще-  
ний  
Проверьте свои умственные  
способности  
Телефотография  
Земледельцы  
Этот странный мир  
Мысли  
Трудные задачи

Информация о скачках  
Карикатура на спортивные  
темы  
Фотографии на спортивные  
темы  
Краткие сообщения о спорте  
Краткие рассказы о спорте  
Только новости  
Модели платьев Сю Бэрнетт  
Урок в воскресной школе  
Соревнования по плаванию  
Телефотопередача о ежеднев-  
ных спортивных событиях  
Соревнование по теннису  
Вик Флинт  
Кухня победы  
Вашингтонский обзор  
Карикатуры о погоде  
Еженедельный кроссворд  
Мы, женщины

*Материалы Юнайтед Фичерс Синдикейт*

Эбби и Слэтс  
Авиация  
Снова дома  
Обзоры Барнета Новера  
Обзоры Билла Каннингхама  
Бронко Билл  
Детектив Хаукшоу  
В Голливуде  
Джо Джинкс  
Обзоры Джо Уилльямса  
Судья Райт  
Маленький Эбнер  
Маленькая Мэри, которая все  
путает  
Мой день  
Нэнси  
Иллюстрированная страница  
Скачки Райли

Редакционная карикатура  
Элла Синдер  
Демонстрируемые кинофильмы  
Фритц Ритц  
Гордоу  
Хэп Хоппер  
Как это ни странно  
Тарзан  
Вкусные блюда  
Капитан и малыши  
Первый читатель  
Новая идея  
Обзоры Томаса Л. Стокса  
Говорит Вашингтон  
Вилли и Джо  
Вы и ваш ребенок  
День вашего рождения  
Карикатура на спортивную  
тему

Было бы бесполезной тратой времени и бумаги подсчитывать и публиковать данные о числе покупателей, на которых рассчитан каждый материал, призванный побудить их подписаться на газету счастливого издателя, получившего монопольные местные права на этот материал. Но мне известно одно: если вы лишены права использовать все шестьдесят «собственных тем» Ассошиэйтед Пресс, сто сорок девять херстовских (Кинг Фичерс) и сто двадцать шесть говардовских (НЕА — Юнайтед Фичерс), а также избранные «собственные темы» «Чикаго трибюн» — Дейли Ньюс Синдикейт и различные другие материалы, не приведенные в этом списке, — вы должны будете прекратить свое дело. Маршалл Филд не мог купить ни одного из этих лакомых кусков. Не может этого сделать и любой другой, кто, используя указанные материалы, тем самым вторгся бы в сферу, закрепленную за одним из этих газетных империалистов, создавших и поделивших между собой империю, называющую себя «свободной печатью».

Еще труднее купить на деньги третий составной элемент стандартизованных, конвейерных газет, которые вы намерены издавать. Бесценная реклама, ради которой фактически печатаются все остальные разделы газеты, не более доступна для конкурентов на свободном рынке, чем два других элемента — «слова и образы, находящие сбыт на рынке», преподносимые в форме «информации» и «тематических материалов». «Эдитор энд паблишер», орган газетных издателей, признает это и объясняет следующим образом:

«Эти условия возникли не в силу желания какого-либо лица или группы лиц, а вследствие постепенно формировавшегося обычая как в области издания газет, так и в области покупки места для рекламы».

Что касается «покупки места для рекламы», то явление, которое «Эдитор энд паблишер» старается выразить в такой деликатно лаконичной форме, есть не что иное, как факт монополии в области рекламы, а также во всех других областях прессы как Большого бизнеса. Несколько цифр дадут нам должное представление об абсолютном росте объема рекламы до того, как она стала Большим бизнесом в Большом бизнесе издательского дела — монополией внутри монополии:

1. Федеральная торговая комиссия, обладающая некоторой слабой властью «наводить порядок» в области рекламы, недавно опубликовала следующие сравнительные цифры затрат на рекламу в 1909 и 1951 годах: 200 миллионов долларов и 6,5 миллиарда долларов

2. Рекламный журнал «Адвертайзинг эйдж» приводит данные за 1952 год с целью показать, как распределяются сливки рекламы — наиболее выгодные контракты. В прошлом году пятьдесят два рекламных агентства заработали на рекламе свыше 10 миллионов долларов каждое. Их общий «заработок» составил 1 720 400 тысяч долларов. На долю десятка самых крупных из этих агентств пришлось почти половина этой суммы — приблизительно 800 миллионов долларов. Три самых крупных агентства получили свыше 100 миллионов долларов каждое, причем Дж. Уолтер Томпсон, идущий по списку первым, отхватил куш в 142 миллиона долларов.

Затрата таких сумм требует планирования масштаба огромных военных кампаний. Этим и было вызвано предпочтение, оказываемое целым группам изданий, выходящих огромными тиражами. В конце концов реклама как отрасль промышленности становится частью печати как отрасли промышленности или, по крайней мере, членом общей семьи. Эта семья построена по патриархальному принципу — во главе рода стоит, конечно, «каста»; «чужие» — лишь бедные родственники.

В такой компании 164 миллиона долларов равносильны нищете. Маршалл Филд обнаружил, что он не может попасть в клуб «свободной печати», доступный только для избранных. Причина не в том, что это — демократическая организация, непочтительно относящаяся к богачам. Напротив, первым условием для допуска в клуб является наличие солидного счета в банке. Но это лишь первое требование. Второе требование заключается в том, что ваш допуск должен служить интересам старых членов клуба, особенно тех, которые стоят на высших ступенях иерархической лестницы. Ибо допуск является священной привилегией, обеспечивающей вам право пользоваться свободой печати. Правление клуба слишком уважает эту свободу, чтобы предоставлять ее любому незнакомцу, имеющему состояние, выраженное девятизначной цифрой. В этом мире есть вещи, которые невозможно купить за деньги!

## НЕРАВНОПРАВНОЕ ГОЛОСОВАНИЕ

Словарь может оказаться опасным инструментом. Например, если вы найдете в нем слово «монополия», то обнаружите, что это сочетание двух греческих слов, а если вы затем поищите первое из них, то увидите, что «моно» происходит от «монос», то есть «один», «единственный», что означает: понятие, связанное с «одним», «*при помощи одного*», в сочетании «*только с одним*», как, например, в слове «монополия». Отсюда вы можете сделать вывод, что если в какой-либо области бизнеса имеется два или более конкурента, то там не может быть монополии. Но монополия является результатом исторического развития. История, а не словарь, является единственным надежным критерием для правильного определения этого слова.

И вот в конце исторического процесса, в результате которого «одноцентровая пресса» 1833 года превратилась в монополистическую прессу 1953 года, стоит Маршалл Филд, являющий собой живую иллюстрацию не словарного, а подлинного значения слова «монополия». Он все еще занимается издательским делом; он все еще выпускает газету в Чикаго. Однако он попрежнему является «чужаком», стремящимся попасть в число членов «касты», и даже при указанных обстоятельствах он мог продолжать свою деятельность только ценою отказа от некоммерческих целей, которые вначале навели его на мысль стать издателем.

Но забудем об этом Газета Филда, рассматриваемая просто как коммерческое предприятие, не пробила брешу в линии фронта монополий. Филд продолжает издавать газету потому, что он согласен платить за эту привилегию. Как деловое предприятие «Сан» была обречена на гибель с самого момента создания ее Филдом. В начале своей деятельности Филд пользовался лишь информацией Юнайтед Пресс, и в 1942 году это обошлось ему в ПО тысяч долларов, в то время как бюллетени Ассошиэйтед Пресс, более полные, стоили бы ему примерно 50 тысяч долларов. Для начала Филд затратил 63 тысячи долларов на иллюстрации и 425 тысяч — на содержание бюро информации. Эти расходы, вызванные в основном отказом принять Филда в члены клуба, совершенно не обеспечили ему возможности конкурировать с другими газе-

тами. В течение трех лет Филд финансировал издание нескольких собственных «комиксов», прежде чем добился каких-либо результатов, но даже и после этого его «комиксы» пользовались далеко не таким успехом, как «Терри и пираты», «Дик Трэйси» и вся эта милая компания. Любой человек, не обладающий большим состоянием, не должен пытаться повторить этот опыт.

А самое главное, Филду пришлось изрядно потратиться на тяжбу с «кастой»; он провел ее через все судебные инстанции, включая Верховный суд Соединенных Штатов. Вероятно, этот шаг, которым Филд фактически поставил перед общественным мнением вопрос о монополии на информацию и проблему прессы как монополии, и решил вопрос в пользу дальнейшего существования его газеты. Он означал отказ от трусливого бегства и решимость встретить врага лицом к лицу. Казалось бы, Филд добился несомненной победы: Верховный суд Соединенных Штатов поддержал его право на покупку основных составных частей конкурентоспособной газеты.

Неоспоримая победа, но каковы были ее плоды? Филд добился права на получение информации Ассошиэйтед Пресс — права на получение стандартизированной информации, обрекающей на провал любую попытку конкурировать с прессой в области содержания. Невозможно обеспечить такое содержание, которое бы существенным образом отличалось от содержания, предлагаемого остальными газетами. Но забудем и об этом моральном мотиве. Победа Филда даже с чисто материальной точки зрения означала, что он мог покупать информацию по чрезмерно высокой цене, которая заранее предопределяла провал дела.

Решение Верховного суда, направленное против Ассошиэйтед Пресс, должно было бы означать, что услуги этого агентства доступны теперь любому издателю, желающему воспользоваться ими по разумной цене, вытекающей из фактической стоимости обслуживания и тиража газеты данного издателя. Но подобное обслуживание на таких условиях не предоставляется. Так, например, «Дейли уоркер» — несомненно, для того, чтобы выяснить подлинный характер этого решения, — сделала предварительный запрос относительно вступления в число членов Ассошиэйтед Пресс. Агентство ответило: «Пожалуйста, войдите — дверь открыта! Однако вам придется платить

нам по 100 тысяч долларов в год, чтобы помочь выплачивать жалованье швейцару клуба».

Конечно, это была неприемлемая цена, рассчитанная на то, чтобы не допустить «чужаков». Но она была не просто результатом неприязни Ассошиэйтед Пресс к «Дейли уоркер». Сильные газеты, заправляющие агентством, взимают со всех более слабых газет непомерно высокие цены в качестве простого способа перекалывания своей доли расходов на плечи бедных родственников. Баснословно высокая цена, которую запросило с Филда Ассошиэйтед Пресс, не остановила его, но она все-таки помешала Филду издавать «Сан» на рентабельной основе.

Внутренний контроль над Ассошиэйтед Пресс, осуществляемый кучкой ее членов, общее число которых составляет более 1300, является отличительным признаком монополии. Это официально оформленная, узаконенная система, зафиксированная в уставе и постановлениях Ассошиэйтед Пресс. Несколько лет назад, когда я присутствовал в качестве репортера на конференции этого агентства, мне в руки попала брошюра с некоторыми интересными данными. Брошюра предназначалась только для членов агентства, но мне это было не известно. Никто не возражал против того, что я взял ее, предполагая, вероятно, что я нахожусь на конференции в качестве ее делегата. Брошюра оказалась списком членов агентства с указанием их штатов. Против некоторых имен в скобках стояли цифры от 4 до 40, а в одном случае — 42. В брошюре имелось примечание, поясняющее, что указанные цифры означают количество принадлежащих данному члену специальных облигаций Ассошиэйтед Пресс, а также отказ от права на получение процентов по ним.

«Отказ от получения процентов по облигациям предоставляет постоянным членам во время любых выборов директоров право на один дополнительный голос за каждую двадцатипятидолларовую облигацию. Однако максимальная сумма, на которую это право распространяется, не должна превышать одной тысячи долларов».

И вот передо мною встала дилемма. С одной стороны, простое предоставление двадцати пяти долларов займа агентству Ассошиэйтед Пресс может обеспечить вам не-

демократическое преимущество перед вашими коллегами — членами агентства, то есть дать вам два голоса, тогда как у ваших коллег будет только один голос. Вы можете даже одолжить агентству не двадцать пять долларов, а в сорок раз больше, чем другой член, и иметь сорок один голос. С другой стороны, если речь идет лишь о вашем желании вложить деньги в общий котел и получить большие права для защиты ваших больших капиталовложений, то это не так уж несправедливо. Значит, все зависит от того, все ли члены агентства пользуются равными привилегиями и все ли приносят равные жертвы. Я стал читать дальше.

Оказалось, что такие «облигации» действительно «могут быть приобретены любым постоянным членом». Прекрасно! Однако там имеется оговорка, которая гласит, что эти облигации «могут быть приобретены любым постоянным членом на сумму, соответствующую уплачиваемым каждым членом еженедельным сборам за обслуживание». Так вот где собака зарыта! Естественно, что хотя мелкие газеты и вносят за обслуживание очень высокую плату, однако вносимые ими суммы в абсолютных цифрах меньше тех, которые уплачивают крупные газеты. Количество облигаций, которое можно купить, находится в прямой зависимости от суммы, выплачиваемой за обслуживание, а число голосов, которые можно подать на выборах, устанавливается в соответствии с тем же принципом. Следовательно, описанная система является не чем иным, как средством, дающим возможность нескольким крупнейшим газетам, уплачивающим максимальные суммы, получить в руководящих органах Ассошиэйтед Пресс такое количество голосов, которое в сорок один раз превышает число голосов тех, кто уплачивает слишком незначительные суммы, чтобы вообще иметь возможность купить какие-либо облигации! Этот фарс с голосованием осуществляется в духе устава: мелкие газеты могут, если они этого хотят, подать свой единственный голос, но ежедневные столичные газеты все равно провалят их, так как каждая из них обладает сорок одним голосом.

Можно ли сомневаться в том, кто заправляет агентством при таких мошеннических комбинациях? В двух штатах, где Филд в то время издавал газеты, положение было следующим: штат Иллинойс имел в числе членов

агентства пятьдесят семь, которые обладали в общей сложности четырьмястами сорока пятью голосами. Шесть членов агентства, из которых каждый обладал правом на сорок один голос, могли навязать свою волю остальным пятидесяти одному члену. В штате Нью-Йорк восемьдесят один член обладал девятыюстами сорока одним голосом; из них двадцать четыре члена имели по одному голосу, а двадцать пять — по пять голосов, то есть значительно более половины всех членов имели менее одной шестой общего числа голосов. Следующие шестнадцать газет — членов агентства имели сто восемьдесят шесть голосов. Таким образом шестьдесят пять из восьмидесяти одного члена имели триста тридцать пять голосов, то есть немногим больше одной трети общего числа голосов.

В Чикаго каждая газета (конечно, за исключением «Сан») обладала сорока дополнительными голосами, а херстовская газета, образовавшаяся путем слияния двух газет, имела сорок дополнительных голосов за утренний выпуск и еще сорок — за вечерний выпуск! Таким образом, эти четыре газеты имели двести пять голосов, так что им было нетрудно одержать победу на любых корпоративных выборах: чтобы обеспечить абсолютное большинство в двести сорок один голос, этим газетам требовалось лишь заручиться поддержкой владельца двух газет в маленьком местечке Пиории.

В штате Нью-Йорк пять городских центров пользовались столичным статусом: Нью-Йорк, Олбэни, Буффало, Рочестер и Сиракузы. Пятнадцать крупных газет в этих городах имели шестьсот семнадцать голосов. Даже такая газета, как «Штаатс цейтунг», издающаяся в Нью-Йорке на немецком языке и обладавшая двадцатью девятью голосами, стояла выше всех других не входивших в блок газет, имевших сорок голосов плюс один голос; вместе с «Штаатс цейтунг» этот блок насчитывал шестьсот сорок шесть голосов, то есть значительно больше двух третей голосов всех членов блока от этого штата. В свою очередь, в одном лишь Нью-Йорке издавалось восемь крупнейших газет плюс «Штаатс цейтунг». Таким образом, эти девять газет, обладавшие тремястами пятьюдесятью семью голосами, перевешивали не только шестьдесят пять газет, подавляемых столичным блоком, но и часть других входивших в блок газет, издававшихся за пределами Нью-Йорка.

Последнее обстоятельство указывает на то, что эта избирательная система не только обеспечивает контроль над выборами. Распределение голосов соответствует разделу «империи», уже проведенному заправилами прессы Блок газет, имеющих по сорок голосов плюс один голос, является ядром столичных газет, претендующих на монопольные права на территорию, примыкающую к крупным городам, и на ее население. Например, огромный неровный круг с центром в Чикаго обеспечивает для Чикаго контроль над значительной частью штатов Иллинойс, Висконсин, Индиана, Мичиган, Айова, Миссури и обеих Дакот. Газета Маккормика «Чикаго трибюн» прекрасно поняла, какие большие преимущества дает этот замкнутый круг. В пределах указанных границ столичная газета претендует на право (поскольку она уже обладает достаточной для этого властью) закрывать местные газеты, которые могут помешать монопольному распространению в этих районах столичных газет. Имеющаяся у них возможность выпускать большую и более подробную газету, чем та, которую может финансировать за счет ограниченного местного тиража местный владелец, и при помощи современных средств транспорта доставлять такую газету уже к утреннему завтраку позволяет им вытеснять газеты или ограничивать их число строго специализированными, неконкурентоспособными газетами-пигмеями. Монопольная структура газетных агентств и синдикатов превращает эту силу в право.

Принцип иерархии признает также конкурентные претензии столичных газет друг к другу. Считается, что ни один городской центр в Иллинойсе не имеет права оспаривать господство Чикаго в штате. Даже столица штата Спрингфилд получает только по десять и двенадцать голосов за свои две газеты. Для штата Нью-Йорк характерны несколько иные географические особенности. Город Нью-Йорк находится на юго-востоке штата, но в центре густо населенного промышленного района, охватывающего значительную территорию штатов Нью-Джерси, Коннектикут, Пенсильвания и других. Этот район является столичным районом, включающим лишь ограниченную часть территории штата Нью-Йорк. Буффало, расположенный в противоположном конце штата, столица штата Олбэни и «северные» промышленные города Рочестер и Сиракузы имеют полный столичный статус, что объяс-

няется, с одной стороны, тем, что они не затрагивают большого круга города Нью-Йорка, и, с другой, — что они имеют право устанавливать свои собственные границы, в пределах которых ни один издатель мелкого городского центра не может выпускать газету, способную конкурировать с одной из их газет, даже если распространение этой газеты ограничено ее собственным городом. Равным образом о промежуточном характере привилегий говорит и норма в девятнадцать голосов, предоставленных ведущим газетам в Трое и Бингемптоне, и еще более низкие нормы в Скенектеди и Ютике. Аналогичные иерархические стандарты регулируют реальное соотношение сил и в пределах одного городского центра. Так, одна газета в Сиракузах пользуется полным статусом столичной газеты, а вторая во всех отношениях неравноправна.

Как мы уже видели, для того чтобы заставить эту банду головорезов принять Маршалла Филда в число своих членов, ему пришлось прибегнуть к помощи Верховного суда Соединенных Штатов. Оказалось, что они согласились принять его лишь номинально. Филд издавал две столичные газеты, но это никоим образом не гарантировало ему столичного статуса в иерархии. На практике получилось, что его «ПМ» была единственной ежедневной газетой Нью-Йорка на английском языке, не принадлежавшей к блоку газет, имеющих по сорок голосов плюс один голос. Газету Филда можно было бы сравнить с сельской газеткой типа «Дэнсвилл бриз» или «Канандейгуа дейли мессенджер», обладающей всего одним голосом, и ей оказывали в пять раз меньше уважения, чем, скажем, «Освего палладиум Таймс» или «Массена обсервер». Не лучшим было положение Филда и в Чикаго. Обладая единственным голосом, его «Сан» пользовалась равными правами с «Куинси гералд виг», да и то лишь полдня. «Куинси гералд виг» обладала одним голосом за свой утренний выпуск и другим голосом — за вечерний выпуск. Нечего и говорить, что из всех ежедневных газет, издаваемых в Чикаго, лишь «Сан» обладала второразрядным статусом.

Короче говоря, агентство Ассошиэтед Пресс по своей структуре, функциям и существу является не просто монополистической организацией; Ассошиэтед Пресс представляет собой монополистический символ более мощной монополии — прессы Соединенных Штатов. По

сути дела оно существует как выражение единства коммерческих интересов, позволившее всем «наследникам Беннета и Грили создать единый объединенный механизм для сбора информации. В более узком смысле оно существует как выражение общего стремления меньшинства прессы — больших и сильных газет крупных городов — к установлению господства над всей прессой. Этих последних объединяет желание подавить своих более слабых соперников, сократить их число при всяком столкновении интересов, уничтожить новую конкуренцию в самом ее зародыше и снимать сливки с колоссальных прибылей, которые получает печать.

Таким образом, мы подошли к последнему и роковому пробелу в официальной характеристике прессы, данной с одобрения правительства и при поддержке газетной промышленности г-жой Рузвельт: в этой характеристике нет ни слова о монополии. Мы не можем закончить наше рассуждение, не заполнив этот пробел. Без этого мы уподобились бы составителю учебника о кровообращении, в котором совершенно не упоминается о сердце!

### *Глава двадцать девятая*

#### **«АНГЕЛЫ-ХРАНИТЕЛИ»**

«Бог сотворил огромные леса, которые опустошаются дерево за деревом в интересах производства газетной бумаги. Разве бог создал эти леса для того, чтобы они уничтожались в генеральном сражении между фирмами, помещающими рекламы в газетах? Разве так уж трудно выделить мизерные 1 500 тонн бумаги в год, или 125 тонн в месяц, для прославления бога и его имени в народе?»

Так писало в начале 1947 года религиозное общество «Уочтауэр байбл энд трэкт сесайэти» сенатской комиссии по делам мелких предприятий. Эта группа, занимающаяся религиозной пропагандой, неожиданно столкнулась с угрозой, что ей, возможно, придется приостановить издание своего двухнедельника «Эуейк». Это было лишь одно из тысяч мелких изданий, оказавшихся после войны в затруднительном положении.

Конгресс поручил сенатской комиссии выяснить причины нехватки бумаги, Но комиссия обнаружила, что

такой нехватки на самом деле не существует—страна получает газетной бумаги больше, чем когда-либо раньше. Не было ничего загадочного и в том факте, что в условиях изобилия ощущался голод. Мелкие издательства получали меньше бумаги потому, что крупные брали себе больше — практически всю бумагу. Осенью 1946 года, после отмены контроля военного времени, гиганты, выпускавшие ежедневные газеты и журналы, обрушивались на карликовую прессу. Чудовища не только захватили всю продукцию бумажных фабрик, лишив лилипутов их обычных поставщиков, но и позаботились об укреплении своего положения путем захвата самих фабрик.

Лишившись своего традиционного источника снабжения бумагой, мелкие газеты оказались обреченными на гибель. Упомянутое выше религиозное общество писало:

«Мы обращались ко всем бумажным фабрикам, которые нам только удалось найти в Соединенных Штатах, Канаде и приморских провинциях [Канады.— *Ред.*], но все они отвечали одно и то же: «Все продано» и «Обратитесь к вашему прежнему поставщику».

«Свободного рынка газетной бумаги не существует. Если вы не связаны договором с бумажной фабрикой, то ваше дело плохо»,— писал комиссии один издатели из штата Индиана.

Положение осложнялось огромной волной спекуляции, возникшей в результате неожиданной отмены контроля. Мелкий издатель всегда имел дело с посредником, который теперь столкнулся с огромным искушением. Рыночная цена бумаги составляла 84 доллара за тонну. Некий торговец, получивший от бумажной фабрики двухлетнюю гарантию на поставку по рыночной цене 6 тысяч тонн бумаги в год, поставил в затруднительное положение сотни некоммерческих издателей, продав все свои запасы одному покупателю по цене 160 долларов за тонну. По данным сенатской комиссии, он в течение этих двух лет заработал по 456 тысяч долларов в год.

Другой аспект этой борьбы, который может отвлечь внимание от ее общего значения, состоит в соперничестве журналов-гигантов с газетными титанами. Библейское общество «Уочтауэр» оказалось невинной жертвой при переходе бумажных фабрик из одних рук в другие, — переходе, который был вызван этой семейной ссорой.

С 1937 года «Уочтауэр» имело дело только с одной бумажной фабрикой «Сент-Лоуренс пейпер Компани». Но затем один издатель журнала купил бумажную фабрику в Бакспорте (штат Мэн) с целью переключить ее на производство журнальной бумаги. «Сент-Лоуренс пейпер Компани» предложили крупные контракты на производство газетной бумаги, которые ранее выполняла фабрика в штате Мэн, и она ухватилась за них в ущерб своим прежним покупателям.

Эти изменения не имели ничего общего с бумажным голодом. Как удалось установить, фактическое положение вещей сводилось к следующему. Владельцы газет и журналов с большим тиражом неожиданно увеличили объем своих закупок бумаги, а также свою долю во владении бумажными фабриками. Несмотря на общее увеличение в США количества изготовленной бумаги обоих сортов, количество ее, доступное для «посторонних», неожиданно резко сократилось. Это было уравнение, в котором все его члены известны.

«Снабжающая нас фирма сообщает нам, что сорок восемь бумажных фабрик приобретены теперь издательствами для собственных нужд, вследствие чего осталось всего четыре или пять фабрик, которые согласны принять заказы от этой фирмы», — писал издатель из штата Айова.

Столкнувшись с этим кризисом, сенатская комиссия призвала на помощь крупных издателей. Это был логичный, но парадоксальный шаг. Логичный потому, что только крупные издатели имели газетную бумагу и только они могли спасти положение. А парадоксальным этот шаг был потому, что именно крупные издатели захватывали как газетную бумагу, так и бумажные фабрики с целью создать бумажный голод. Через свою организацию «Америкэн ньюспейпер паблишерс ассошиэйшн» издатели великодушно согласились позаботиться о том, чтобы ни одна из газет «общего направления» не закрылась из-за действительной нехватки газетной бумаги.

В категорию изданий «общего направления», разумеется, не входил ни журнал религиозного общества «Уочтауэр», ни тысячи других мелких потребителей.

«Следует иметь в виду, — заявила сенатская комиссия, — что нехватка бумаги затрагивает множество профсоюзных, общинных, торговых, местных

и религиозных газет, а также газет, издающихся на иностранных языках, и негритянских газет».

Все эти газеты не попадают под категорию изданий «общего направления». Сенатская комиссия по делам мелких предприятий переслала отчаянные призывы этой многочисленной в США категории издателей в Американскую ассоциацию издателей газет. Комиссия так объяснила необходимость существования такого рода газет:

«Исключительное разнообразие нашего населения (по профессиям, труду, религиозным убеждениям к национальному происхождению) обуславливает необходимость иметь широкую сеть средств информации и общения между этими многочисленными группами».

Однако это «исключительное разнообразие» мало занимало сверхстандартизованную прессу мультимиллионеров. Американская ассоциация издателей газет, насчитывающая «семьсот пятьдесят семь ведущих ежедневных газет Соединенных Штатов», отклонила обращение сенатской комиссии. Ассоциация создала свою комиссию, занявшуюся вопросом о кризисе в снабжении газетной бумагой. Эта комиссия состояла из лиц, подписавших заявление, отклонявшее указанное обращение. В нее вошли представители крупнейших фирм Соединенных Штатов, владевших бумажными фабриками страны. Председателем комиссии был назначен Джулиус Окс Адлер из «Нью-Йорк Таймс». Восемь коллег Адлера по комиссии представляли херстовские газеты, «империю» Скриппс — Говарда, «Чикаго трибюн» (то есть группу Паттерсон — Маккормик), группу Ганнета (представляющую интересы менее крупных, но все же влиятельных объединений), Национальную ассоциацию редакторов (представляющую группу еженедельников), «Филадельфия буллетин» и «Сент-Луис пост диспеч». Голос монополий говорил:

«Этот план учитывает только *настоящие* газеты... Другие виды изданий — гражданские, общинные, профсоюзные или религиозные — ...не включены в него... Комиссия придерживается мнения, что издатели газет не могут взять на себя обязательства обеспечить газетной бумагой таких потребителей».

Газета, издающаяся просто потому, что ряд людей, имеющих общие интересы, желает что-то сказать друг

другу, это — оскорбление для «свободного предпринимательства». Если вы не стремитесь «делать деньги», то вы «ненастоящий» и зря расходуете газетную бумагу, для которой «издатели газет» могли бы найти лучшее применение — «делать» больше денег.

Как оказалось, из всей этой группы «мелких издателей» религиозное общество «Уочтауэр» пострадало меньше всех. Сенатская комиссия заставила представителей канадских фабрик позаботиться о нем, а тысячи других некоммерческих газет, использовавших какую-то долю процента всей газетной бумаги, потребляемой в Соединенных Штатах, были вынуждены либо сократить свой объем, либо выходить нерегулярно, либо совсем прекратить свое существование.

Американская ассоциация издателей газет задушила некоммерческие газеты, а мелкие коммерческие газеты были ограблены своими «покровителями». Крупные газеты сдержали свое обещание. Мне неизвестно, закрылась ли какая-либо газета только потому, что действительно не смогла получить примерно такое же количество газетной бумаги, какое она получала во время войны.

«Мелкий издатель, — заявила сенатская комиссия по делам мелких предприятий, — мог получить достаточно бумаги, чтобы номинально продолжать свою издательскую деятельность, но он не мог получить такого количества бумаги, которое позволило бы ему увеличить тираж или «объем рекламы».

Торжественное обещание крупных издателей оказалось чистейшим лицемерием, ибо мелкие газеты могли продолжать свое существование только при условии увеличения своего тиража. Необходимость увеличения тиража обуславливается потребностью больше получать за рекламу и помещать больше рекламных объявлений по более высоким ставкам, хотя бы для того, чтобы возместить растущие издержки. И, как указала комиссия по делам мелких предприятий,

«трудности мелких издателей особенно усугубляются тем, что на их глазах крупные издатели в соседних столичных центрах расширяют объем своих газет и увеличивают их тираж на территориях, обслуживаемых мелкими газетами».

Короче говоря, монополисты умело составили свои планы. Путем тайных переговоров, проводившихся еще

во время войны, они подготовили захват бумажных фабрик сразу же после отмены контроля военного времени. После того, как был дан сигнал, заговорщики захватили источники снабжения, увеличили объем своих газет в два раза, а то и в десять раз по сравнению с лимитом военного времени, что обеспечивало им место для всех прибыльных реклам, которые стремились опубликовать рекламодатели, и одновременно начали кампанию за увеличение распространения своих газет в пригородах и отдаленных городах, где местные издатели из-за нехватки газетной бумаги не могли надеяться ни на увеличение тиража газеты, ни на увеличение рекламы. Между тем эти «сорок разбойников» выступали перед общественностью как истые филантропы, жертвующие бумагу из собственных карманов, чтобы поддержать существование мелких газет. И они делали это с легким сердцем, ибо мелкие газеты только кое-как перебивались, влачили бесперспективное существование. А это как раз совпадает с желаниями заправил прессы: множество мелких газет должно было существовать для того, чтобы покрывать расходы, не имея, однако, возможности претендовать на прибыли.

### *Глава тридцатая*

#### **КРУГЛЫЕ ЦИФРЫ**

Это изображение свиней у корыта является точной фотографией, взятой из жизни. Для того чтобы сделать такую фотографию, достаточно обратиться к историческим фактам. Пресса сегодняшнего дня является кульминационным пунктом исторического процесса, порожденного возникшим много лет назад стремлением к получению прибыли. Именно с этого исторического момента и ведет свое начало мое повествование, ибо нельзя произвольно выбрать момент для его начала. Официальные апологеты упорно отказываются признать историю или жизнь. Поэтому картина, нарисованная г-жой Рузвельт, повидимому, изображает какой-то другой мир.

Я не могу утверждать, что г-жа Рузвельт неправильно поняла то, что значит в словаре. Мне известно только то, что она совершенно игнорировала историю. Ярким доказательством правильности моего утверждения

является то, что она ни разу не упомянула о монополии. Правда, это слово она употребляла, но сказанное не противоречит моему заявлению. Г-жа Рузвельт употребляла слово «монополия» лишь в связи с «контролируемой» прессой, неизменно сопровождая его дополнением «правительственная». Она осуждала «контролируемую правительством» прессу, «правительственную монополию». Независимо от того, права г-жа Рузвельт с моральной точки зрения или нет, фактом остается то, что она употребляет слово «монополия» в его фигуральном значении. Слово «монополия», по ее мнению, не относится к экономической категории, да г-жа Рузвельт никогда и не затрагивала этого вопроса.

С исторической точки зрения, проблема монополии возникла из развития и концентрации *частной* промышленности, *частного* капитала, *частной* собственности. Это явление, связанное с *капитализмом*. Этому вопросу посвящена в США обширная литература, резюмированная в монументальном труде Временной комиссии по вопросам национальной экономики. Поскольку указанное исследование было предпринято под покровительством правительства во времена Герберта Гувера (правительства, которое едва ли можно подозревать в тайных антикапиталистических взглядах), то вышеприведенные заявления — это не просто мои произвольные утверждения. Г-же Рузвельт также не дано изменить ход истории при помощи произвольных предположений. Мы не можем изменить факты, относящиеся к свободе печати, легкомысленно игнорируя сто двадцать пять лет истории и рассматривать вопрос о «свободной печати» так, как будто бы она все еще является печатью 1833 или 1775 годов.

Изменения, происшедшие сразу же после смерти Грилли и Беннета — или даже с момента прихода на их место спустя два десятилетия Херста и Пулитцера, — были изменениями качественного порядка. В одном из изданий сенатской комиссии по делам мелких предприятий, содержащем результаты расследования вопроса о нехватке газетной бумаги, приводится следующая выдержка из отчета за 1945 год, где отражена только количественная сторона этого качественного изменения:

«Прежде всего следует отметить, что издание газет превратилось в большой бизнес как таковой.

Даже издание маленькой газеты является ныне Большим бизнесом. Журнал «Таймс» недавно сообщил, что выходящая в Массилоне (штат Огайо) газета «Индепендент» (тираж 11 858 экземпляров) была продана «приблизительно за 400 тысяч долларов», газета «Гералд», издающаяся в Спартанберге (штат Южная Каролина, тираж 17 351 экземпляр), и газета «Джорнэл» (тираж 8 678 экземпляров) были проданы за 750 тысяч. Обе они небольшие ежедневные газеты. В противоположность этому в 1892 году Уильям Аллен Уайт заплатил за газету «Эмпория газетт» всего 3 тысячи долларов. Сейчас ежедневная столичная газета представляет собой многомиллионный капитал. В 1923 году агентство Скриппс—Говард заплатило 6 миллионов долларов за газету, за которую в 1892 году предлагали лишь 51 тысячу долларов. Газета «Филадельфия инкуай—пер» была продана в 1930 году за 18 миллионов долларов; газета «Канзас-Сити стар» была продана в 1926 году за 11 миллионов долларов. Если свободой печати можно пользоваться, лишь владея газетой, то при нынешних условиях эта свобода печати является реальностью только для состоятельных людей».

Характер бизнеса изменился не только вследствие роста размеров отдельного предприятия. Сама газетная промышленность стала гигантом. В справочнике «Сенсус оф мэнюфэктурерс» (за 1869 и 1919 годы) и в справочнике «Стэтистикал эбстрэкт» за 1952 год (цифры 1947 года) приводятся следующие данные (в тысячах долларов):

#### *Рост стоимости*

	1869 г.	1919 г.
Печатание книг и других материалов . .	41 076	386 596
Периодические издания и газеты . . . .	25 393	924 153

#### *Стоимость и поступления*

Общая сумма (за вычетом дополнительных тиражей) .	5 229 580
Книги . . . . .	435 134
Периодические издания . . . . .	1 045 523
Газеты . . . . .	1 792 338

(Для сравнения сообщаю, что из 5 миллиардов долларов, составляющих общую сумму за 1947 год, увеличение стоимости продукции достигает примерно 4 миллиардов. Прямые типографские расходы составляют от двух третей до трех четвертей общей стоимости.)

Комиссия по вопросу свободы печати пытается изложить эту же мысль иначе:

«Органы массовых средств информации, — пишет она, — являются большим бизнесом, а их владельцы — крупными бизнесменами. Американские потребители в предвоенный период уплатили 40 тысячам предприятий массовых средств информации за их услуги почти 2,5 миллиарда долларов, что составляет один доллар из каждых двадцати семи израсходованных в течение года на покупку всех товаров и на оплату услуг. Печать является крупным работодателем. Ее общие расходы на заработную плату за этот же период составили около миллиарда долларов, то есть примерно 4 процента расходов всей страны на заработную плату. В одних лишь газетных издательствах занято свыше 150 тысяч рабочих и служащих».

Но прежде чем вы успеете записать эти цифры, они увеличатся в два или три раза. Суммы, которые потребители расходовали до войны, в сравнении с настоящим временем кажутся мизерными. Одни лишь расходы на рекламу (суммы, выплаченные «потребителями» промышленности «массовых средств информации») превышают теперь 6,5 миллиарда долларов в год. Наиболее значительное изменение, которое невозможно проследить по отдельным случайным данным, состоит в однобокости прессы, вызванной ее фантастически неравномерным развитием. Существует поистине поразительная диспропорция между несколькими «китами» и бесчисленным количеством «мелкой рыбешки», между объемом деловых операций, осуществляемых несколькими гигантами — или даже любым из них, — и суммами, поделенными между всей остальной массой газет.

Об этом в заявлении г-жи Рузвельт в защиту «свободной печати» не сказано ни слова. Можно подумать, что ей было совершенно не известно об этом. И все же в ее высказываниях по этому вопросу содержатся формулировки, которые могут быть поняты только как

косвенные ответы на обвинение, о котором она умалчивает. Разрешите мне вновь напомнить вам следующее важное высказывание г-жи Рузвельт, чтобы избавить вас от труда перелистывать страницы в поисках этого высказывания:

«В Соединенных Штатах имеется более 1 700 ежедневных газет и около 10 тысяч еженедельников. Подавляющее большинство из них — независимые отдельные издания, владельцами которых являются местные жители. Даже среди ежедневных газет около 83 процентов принадлежит местным владельцам; только немногим более одной из пяти входят в газетные тресты, крупнейший газетный трест в Соединенных Штатах имеет менее двадцати ежедневных газет...»

Это заявление — явный ответ на невысказанное обвинение: «Вы, мол, говорите, что у нас существует монополия печати, но ведь объединения включают не более одной пятой всех газет страны, и ни в одно из объединений не входит более двадцати газет». Г-жа Рузвельт свела весь вопрос о монополии к этому доводу: поскольку в США имеется 12 тысяч газет и лишь одна пятая из них входит в более или менее крупные объединения, это значит, что примерно 9 500 упрямых индивидуалистов выступают против 2 500 предпринимателей, объединенных в группы, каждая из которых включает не более двадцати газет. Это цифровая аргументация. Но если строить свои аргументы на цифрах, то почему не сказать и о *числе читателей*, которых имеет каждая группа? Ни в одно объединение не входит более двадцати газет, но каков общий тираж всех газет одного объединения в сравнении с тиражом одной газеты, принадлежащей одному независимому местному владельцу?

Еще в 1927 году «Эдитор энд паблишер», который является отнюдь не критиком прессы, а органом монополистов, опубликовал обзор, где указывалось, что на 228 ежедневных газет, входивших в пятьдесят пять объединений и имевших также 89 воскресных газет, приходилось 36,8 процента общего тиража ежедневных газет Соединенных Штатов и 45,1 процента тиража воскресных газет. В круглых цифрах это составляет 13 миллионов экземпляров ежедневно и 11 миллионов экземп-

ляров по воскресным дням из общего тиража, составляющего соответственно 36 миллионов и 25 миллионов экземпляров. Свыше одной трети всех читателей газет и почти половина читателей воскресных газет, публикующих массу материала за целую неделю,— это не пустяк и не ничтожный процент.

В 1943 году, работая в Нью-Йорке в бульварной газете Херста «Дейли миррор», я снова занялся подсчетом тиража. Я интересовался вопросом, каким влиянием пользуется группа газет, роль которой многие охотно преуменьшали, считая, что она является просто «фашистским подголоском» в печати, проводившим в то время антирузвельтовскую и антисоветскую политику. Теперь эту группу считают респектабельной. В нее входили группы Херста, Говарда и Маккормика — Паттерсона, связанные между собой общей политической программой или общей оппозицией по отношению к проводившейся тогда правительством Соединенных Штатов политике. Я обнаружил, что общий тираж газет этих трех групп составляет немногим менее 10 миллионов экземпляров в день (точнее 9 649 108), то есть почти одну четвертую общего тиража всех газет, составлявшего примерно 44 миллиона экземпляров. Тираж воскресных газет этих трех групп составлял 13 578 687 экземпляров, то есть значительно больше одной четверти общего тиража всех воскресных газет.

Но эти издатели контролируют одновременно два второстепенных информационных агентства, все крупные синдикаты, а также значительную часть фотохроники. Из данных, опубликованных в ежегоднике «Эдитор энд паблишер» за 1944 год, мне удалось получить сведения еще об одном влиятельном органе — агентстве Интернэйшнл Нюс Сервис, принадлежащем Херсту. Я узнал, что это агентство снабжает информацией 290 ежедневных и 104 воскресные газеты в двухстах двадцати городах тридцати восьми штатов. Общий тираж этих газет достигает 15 827 856 экземпляров, если не считать дополнительных тиражей. Таким образом, число непосредственных читателей газет этих трех групп увеличилось до 22 043 146 человек, что составляет 50 процентов читателей всех газет страны. Поскольку газеты указанных групп сконцентрированы в определенных районах, они имеют даже не половину, а подавляющее большинство

читателей в таких крупных городах, как Чикаго, Нью-Йорк и Вашингтон.

Три года спустя Комиссия по вопросу свободы печати дополнила и подтвердила эту картину не только в отношении ежедневных газет, но и в отношении всех других средств массового распространения информации. Количество херстовских газет сократилось с двадцати шести до шестнадцати газет, а газет объединения Скриппс — Говарда — с двадцати трех до семнадцати, однако число «региональных групп» или газет, принадлежащих отдельным лицам в нескольких пунктах, увеличилось от шестидесяти трех в 1936 году до семидесяти шести в 1945 году, причем одна ежедневная газета приходилась на четыре населенных пункта, а не на пять, как утверждает г-жа Рузвельт.

«Семьдесят шесть объединений — общегосударственных, районных и местных — владеют 375 ежедневными газетами, что составляет 25 процентов всех ежедневных газет на английском языке...»

Ниже приводятся наиболее важные цифры.

«Местные и районные объединения вместе с группами Херста, Скриппс — Говарда и Маккормика — Паттерсона контролируют более половины (53,8 процента) тиража всех газет страны».

А еще меньшее число газет имеет столь большой тираж, что это указывает уже на качественное изменение, скрывающееся за голыми цифрами.

*«Четырнадцать владельцев газет контролируют 25 процентов ежедневного тиража, и менее пятидесяти владельцев — почти половину всего воскресного тиража».*

Выходит, что каждый из этих четырнадцати владельцев может быть приравнен к тридцати с лишним «индивидуальным, независимым» местным издателям ежедневных газет, упомянутым г-жой Рузвельт. Оказывается, четырнадцать больше, чем четыреста! Того, что они съедают только за завтраком, хватило бы, чтобы кормить весь день 437 из 1 750 ежедневных газет.

Алфавитный список этих объединений, приведенный в одном из изданий сенатской комиссии по делам мелких предприятий, открывает фирма «Анаконда коппер майнинг Компани»! Восемь газет — орудие власти, которая делает эту компанию правителем штата Монтана, — это

значительно более сильный аргумент, нежели любые голые цифры.

Сенатская комиссия по делам мелких предприятий опубликовала по этому вопросу дополнительные данные, касающиеся тиража сотни ведущих газет в 1946 году, по сравнению с общим тиражом всех газет США. В тех случаях, когда один владелец издает и утренний и вечерний выпуски, оба выпуска рассматриваются как одна газета, независимо от того, издаются ли они под одним и тем же названием, или нет. Далее список подразделен на три части: объединение Херста, включающее шестнадцать газет, объединение Скриппс — Говарда — семнадцать газет и шестьдесят семь других газет, в том числе отдельные газеты группы Маккормика — Паттерсона.

В округленных цифрах тираж ежедневных газет Соединенных Штатов в 1946 году составлял 51 миллион экземпляров, из них только на объединения Херста и Говарда приходилось 8 миллионов экземпляров; на шестьдесят семь других газет приходилось 20 миллионов экземпляров и, следовательно, на долю «сотни ведущих» газет — 28 миллионов экземпляров, или значительно более половины всего тиража. (Приведенные соответствующие точные цифры следующие: общий тираж — 50 928 тысяч экземпляров, в том числе тираж газет Херста — 5 344 тысячи, Говарда — 2 370 тысяч, шестидесяти семи газет — 20 251 тысяча и ста газет — 27 965 тысяч.)

В течение многих лет я ежедневно был свидетелем того, что еженедельные газеты фактически не оказывают влияния на мышление американского народа, и поэтому не стал бы упоминать о них в настоящей книге, если бы г-жа Рузвельт не приписывала их количеству такого важного значения. Она раздула значение количеством незначительных ежедневных газет (их насчитывается немногим более 1700), свалив их в одну кучу с «почти 10 тысячами еженедельных газет». «Почти» или «меньше»? Все зависит от того, как понимать эти слова. В докладе комиссии говорится:

«2 500 из 16 тысяч и более еженедельных газет страны прекратили свое существование за период с 1910 по 1920 год, 1 300 — с 1920 по 1930 год и еще 1 750 — за следующее десятилетие. Теперь их осталось *менее* 10 тысяч».

Но когда г-жа Рузвельт приплела сюда еженедельные газеты, она ставила своей целью показать, как много существует *разнообразных* свобод, какое разнообразие вносит множество отдельных лиц в обсуждение различных вопросов. За этими цифрами следовала сентенция: «Каждая из этих газет пользуется свободой излагать и комментировать международные события так, как ей угодно». Такой свободой могли бы пользоваться, по меньшей мере, все газеты, не входящие в газетные объединения. Однако в действительности еженедельные газеты — по крайней мере, в своих редакционных статьях — как две капли воды похожи одна на другую! Обсуждая вопрос о стандартизации, комиссия следующим образом описывает эту особенность:

«В отличие от того, что имело место пятьдесят лет назад, информация, фотографии, карикатуры и другие газетные материалы все более походят друг на друга. Даже редакционные статьи некоторых категорий газет являются продуктом массового производства. *Например, почти все из еще оставшихся 10 тысяч еженедельных газет в течение долгого времени пользуются услугами газетного концерна «Уэстерн ньюспейпер юнион» — этой фабрики редакционных статей, сенсационных материалов и обзоров, принадлежащей Джону Х. Перри, так называемому Королю котельного железа.*

*Около трех тысяч из них используют рассылаемую объединением «Уэстерн ньюспейпер юнион» стандартную газету, выходящую на восьми страницах, из которых четыре уже заранее написаны, отредактированы и напечатаны этим концерном».*

Другие четыре страницы также готовятся заранее от начала до конца; остается только выделить немного места для местных новостей и местной рекламы. «Почти 10 тысяч еженедельных газет» представляют собой, по сути дела, одну газету, с точки зрения разнообразия информации и высказываемых в них взглядов.

Помимо издания еженедельных газет, объединенных практически в одно целое, Перри в момент составления доклада комиссии создавал свое собственное объединение, включавшее семь ежедневных и четырнадцать еженедельных газет, а также четыре радиостанции. «*Перри принадлежит основной профессиональный журнал ежене-*

*дельной прессы и акции заводов, производящих типографские машины, которые он продает своим клиентам.»*

Мне вспоминается беседа с одним из сыновей Перри, в настоящее время принимающим активное участие в руководстве предприятием отца. Была сконструирована весьма интересная машина, которая могла значительно снизить расходы по изданию мелких газет. Однако я узнал, что Перри не собирался продавать такие машины; он намерен был сдавать их в аренду, ибо в этом случае основная часть экономии должна была пойти на увеличение его прибылей. Кроме того, право на аренду новых машин предоставлялось только тем, кто принадлежал к газетной группе Перри и покупал выпускаемую им газетную продукцию.

Таким образом, даже те примеры, которые привела сама г-жа Рузвельт, опрокидывают ее довод о «свободной печати». Нет множества соперничающих независимых индивидуальных газет, принадлежащих местным владельцам, — газет, которые пользуются равными правами на внимание читателей или даже предлагают свою версию событий тому небольшому числу людей, в руки которых попадают эти газеты. Существуют крупные газеты с колоссальным тиражом; существует одна большая фабрика, обеспечивающая все газеты одинаковой информацией. И единственная разница между крупными и мелкими газетами состоит в том, что крупные газеты контролируют эти фабрики, они фабрикуют для себя и продают мелким сошкам свою информацию с целью покрытия накладных расходов.

Поэтому нельзя сводить всю проблему к количеству отдельных газет или отдельных газетных групп, к количеству местных издателей или местных объединений. Их роль определяется только масштабом тиража, который опровергает доводы, основанные лишь на количестве газет.

### *Глава тридцать первая*

#### **«ЧЕМ ВЫШЕ, ТЕМ МЕНЬШЕ ...»**

Монополия — это не вопрос морали, а вопрос рынков. Историческая сущность вопроса заключается в манипулировании ценами, что позволяет монополистам захватить львиную — или свиную! — долю прибылей.

Бесполезно препираться по поводу значения слова «монос». Независимо от того, действуют ли манипуляторы в одиночку или сообща, но если власть манипуляторов перетягивает чашу весов в свою пользу, если она берет верх над законом спроса и предложения, ослабляя влияние конкуренции, то эти манипуляторы выступают в роли монополистов.

«Таким образом, трест или монополия — это любое лицо или корпорация, либо объединение лиц или корпораций, которые контролируют достаточное количество запасов какого-либо товара, чтобы иметь возможность влиять на цены в свою пользу. *Нет необходимости в установлении полной монополии*». (Джеремиа У. Дженкс, Промышленные объединения — тресты.)

Это определение свидетельствует о гневной реакции общественности на монополию — реакции, которая придала этому вопросу политическую окраску. Народ протестовал против взвинчивания цен, явившегося результатом монопольного владения рынком. Итак, монополия характеризуется ограничением производства, ограничением количества товаров на рынке с целью более эффективного «выжимания соков из публики» путем «установления таких высоких цен, какие только может выдержать рынок». Но это едва ли полностью характеризует проблему. Отнюдь не ограничивая производство, печать рьяно отстаивает сверхизобилие, избыточное производство. Отнюдь не «выжимая соков из публики», она щедро раздает газеты и журналы ниже их себестоимости, бесплатно передает радио- и телевизионные программы, поступая подобным образом именно для того, чтобы поддержать «производство», то есть увеличить количество экземпляров каждого номера каждого издания, а также число слушателей каждой радиопередачи.

Но и здесь, тем не менее, имеет место ограничение производства. Чем больше количество изданий и чем выше их тираж, тем они однообразнее, с точки зрения содержания, тем меньше общего между их содержанием и человеческим разумом и тем больше все подчиняется интересам рынка. Нас интересуют именно эти особые свойства особого товара, продаваемого на рынке печатных изделий. Итак, не будем подгонять лошадь к подкове — не будем искусственно подгонять наше исследо-

вание под какую-то одну формулу. Мы будем исследовать деятельность монополий в области печати, взяв из приведенного определения только его общий смысл, заключающийся в том, что монополия представляет собой захват наибольшей доли общего количества доступной прибыли на рынке, а способ, при помощи которого монополисты достигают этого, состоит в захвате контроля над такой частью рынка, которая позволяет им препятствовать нормальному функционированию механизма рынка.

Мы уже видели, что общее количество газет не доказывает ни того, ни другого. Оно не опровергает факта существования монополии. Неравномерное распределение тиража также не доказывает факта существования монополии. Оно доказывает лишь то, что количество газет само по себе ничего не доказывает. В связи с этой проблемой уместно задать следующие вопросы: сколько газет (из общего количества) получает доход и какую долю (общего дохода)? Сколько издательств получает наибольшую долю всей прибыли?

Ответы на эти вопросы действительно покажут нам, насколько равным или неравным является положение конкурирующих газет, насколько неконкурентна и монополистична структура самой газетной промышленности. Фабрикант мыла или фабрикант газет принимает решение о расширении или ограничении производства только ради увеличения прибыли. Издатель, вступающий в разговор со своими коллегами с целью захватить бумажные фабрики и в критический момент поставить основную массу издателей в беспомощное положение, тоже периодически ограничивает свой тираж, чтобы успеть захватить тираж своих конкурентов. Возьмем такой журнал, как «Лайф», тираж которого составляет 5 миллионов экземпляров. Если вы имеете газетный киоск, то вы убедитесь, что издатель «Лайф» вовсе не стремится увеличить свой тираж. Вы не можете каждую неделю получать столько экземпляров, сколько вы просите. «Лайф» имеет контракты на рекламу, основанные на определенном объеме тиража. Его издателю, готовящемуся заключить новый контракт, для увеличения объема своего издания требуется увеличить тираж. Но было бы пустой тратой денег продавать на миллион экземпляров больше того количества, которое оплачивает рекламирующая фирма, если каждый экземпляр продается с убытком.

Однако, как правило, общая тенденция состоит, несомненно, в неограниченном увеличении тиража. В силу практических условий, в которых печать развивалась как бизнес, тираж стал необходимым средством для установления контроля над рынком. Вот почему тираж — это законный показатель монополии, если рассматривать его с соответствующих позиций. Он помогает определить степень концентрации и централизации — этих отличительных признаков монополии.

Тираж дает возможность определить, с одной стороны, степень контроля над рынком сбыта. Но, с другой стороны, контроль над рынком в равной степени означает монополию. Даже словарное определение монополии, делающее упор на слове «исключительный» (Дженкс здесь вносит свою поправку), охватывает контроль как над рынком сбыта конечного продукта, так и над рынком сырья. Если несколько крупных газет «потребляют» большую часть материалов, являющихся составной частью для производства газеты, то совершенно несомненно, что они же выпускают и большинство газет, а следовательно, получают большую часть доходов, то есть прибылей. И мы всегда измеряем доход и прибыль в долларах. Основное сырье, например газетную бумагу, мы можем взять лишь для сравнения и проследить, куда оно идет

В 1930 году Федеральная торговая комиссия, приведя список пятидесяти двух объединений, издающих двести шестьдесят шесть ежедневных газет и сто одну еженедельную газету, отметила, что эти объединения потребляют 1,5 миллиона тонн газетной бумаги в год, то есть «около 40 процентов ее годового потребления в Соединенных Штатах». На пять групп — группу Херста, Скриппс — Говарда, Паттерсона — Маккормика, «Нью-Йорк Таймс» — «Чаттануга Таймс» и Пулитцера («Нью-Йорк уорлд» — «Сент-Луис пост диспеч») — приходилось четыре пятых этого общего количества, то есть 1,25 миллиона тонн, или примерно 30 процентов всей газетной бумаги, потребляемой в стране. Один Херст потреблял 15 процентов, или столько же, сколько остается для огромного числа ежедневных и еженедельных газет, а также газет, выходящих два раза в неделю, после того как кучка крупных потребителей получит свой куш!

В 1952 году печать Соединенных Штатов израсходовала свыше 6 миллионов тонн газетной бумаги. Если

учесть, что тонна бумаги стоит в среднем более ста долларов, то выходит, что печать США затратила на газетную бумагу свыше 600 миллионов долларов. Тысячи газет, охарактеризованных г-жой Рузвельт как равноправные и независимые, израсходовали далеко не равное количество газетной бумаги. *Так, двести газет израсходовали более 85 процентов всей бумаги!* И так идет из года в год.

Один газетный издатель однажды цинично заявил на открытом заседании, что печать не выполняет никакой другой роли, кроме обычных коммерческих функций купли-продажи. Вот что приблизительно он сказал: «Мое дело — покупать газетную бумагу по цене в сорок пять долларов за тонну и продавать ее по девяносто долларов за тонну». В настоящее время в нашем распоряжении нет данных за 1952 год, которые показывали бы, сколько долларов получила печать за каждую тонну газетной бумаги в форме газет, но есть данные, из которых мы можем сделать некоторые полезные выводы.

Из опубликованных данных видно, что доход всех газет от рекламы составил в 1952 году 2,6 миллиарда долларов. По данным справочника «Юнайтед Стейтс стэ-тистикал эбстрэкт» за 1952 год, газетные издательства в прежние годы получали около одной трети дохода от продажи газет и две трети — от рекламы. Это дает нам возможность произвести примерный подсчет. Общий доход печати в 1952 году составляет около 4 миллиардов долларов; если двести газет, потребивших 85 процентов газетной бумаги, получили не меньший доход, то их доля прибыли превысила 3,5 миллиарда долларов. Остальным полутора с лишним тысячам ежедневных и десяти тысячам еженедельных газет была предоставлена возможность драться за оставшуюся сумму долларов валового дохода, составляющую менее 0,5 миллиарда долларов.

А впрочем, нет необходимости полагаться на приблизительные подсчеты. В «Юнайтед Стейтс стэтистикал эбстрэкт» за 1952 год приводятся полные данные за более ранние годы, которые опровергают заявление г-жи Рузвельт о безмятежном существовании почти 12 тысяч равных конкурентов. Начнем с того, что общее количество компаний (ив которых многие имеют одного владельца) составляет, повидимому, не 12 тысяч, а немногим более 8 тысяч. Восемь тысяч самых неравных

конкурентов, каких вы когда-либо видели! Из 8 115 компаний, продавших свои газеты на общую сумму в 2 миллиарда долларов (более точно—1 917 302 тысячи),

1) пятьдесят компаний продали 72,2 процента этой суммы, то есть почти три четверти;

2) фактически только на двадцать пришлось больше половины всей суммы—56,7 процента;

3) лишь восемь фактически продали 40,6 процента всей суммы в 2 миллиарда долларов! Половина из этих восьми компаний продала 20,9 процента, то есть несколько больше, чем другая половина, продавшая 19,6 процента;

4) поскольку пятьдесят компаний продали более 70 процентов общего количества газет, 8 тысяч компаний должны были удовольствоваться менее чем 30 процентами, или 0,5 миллиарда долларов. Таким образом, средний валовой доход каждой из них составляет примерно 60 тысяч долларов в год (из этой суммы они оплачивают свои счета и, кроме того, получают прибыль; в настоящее время небольшой кондитерский магазин должен получать такой же доход, чтобы оплатить только аренду за помещение);

5) сравним это со средним доходом первых пятидесяти компаний, составляющим 30 миллионов долларов в год,

6) и со средним доходом первых восьми компаний, составляющим 100 миллионов долларов в год.

Таковы последствия существования монополии. Отсюда, естественно, следует, что структура печати является монополистической. Или, точнее говоря, эти последствия неизбежно вытекают из монополистической структуры печати. Если мы внимательно проанализируем эти данные, то непременно обнаружим характерные черты монополистической структуры. Их приводит Дженкс, излагая вопрос о монополиях или трестах.

«Промышленные объединения» — вот термин, употребляемый для обозначения той ярко выраженной централизации собственности и контроля над многими важными отраслями промышленности Соединенных Штатов, которая имела место за последние пятьдесят лет...» — пишет Дженкс.

Если неравномерное распределение тиража является явным признаком и показателем этой концентрации и

централизации, то для газет, побежденных в гонке за увеличение тиража, они имели другое значение — гибель: побежденных устраняли с пути. Имелись и другие факторы, сыгравшие свою роль, такие, например, как захват запасов газетной бумаги, однако все более одностороннее распределение тиража и неуклонно сокращающееся количество газет являются, по меньшей мере, параллельными симптомами монополии. Сокращение количества газет, рост количества районов, не имеющих конкурирующих друг с другом газет, — все это означает подлинно монополистическое подавление конкуренции даже в местных масштабах. Нижеследующие цифры взяты нами из отчета комиссии, но они фигурируют в статье (цитируемой здесь), послужившей источником информации для всех тех, кто занимался в последнее время изучением вопроса о положении печати:

«Количество ежедневных газет, достигшее в 1909 году рекордной цифры — 2 600, неуклонно снижалось и теперь составляет 1 750. Д-р Р. Б. Никсон... указывает в «Джурнализм куотерли» за июнь 1945 года, что ни в одном городе из десяти штатов США нет конкурирующих ежедневных газет; ни один город в двадцати двух штатах не имеет конкурирующих воскресных газет. 40 процентов ежедневных газет, общий тираж которых составляет 48 миллионов экземпляров [теперь 53 миллиона. — *Дж. М.*], не имеют конкурентов».

Из аналогичных цифр я взял следующие примеры, содержащиеся в моей брошюре о печати:

«В 1899 году в 353 городах господствовала одна-единственная газета. В 1920 году таких городов было уже 720, а в 1945 году — 1 103. Во многих других городах «конкурирующие» газеты находились в руках одного владельца, так что в 1945 году фактически в 1 277 городах отсутствовали конкурирующие друг с другом газеты. И, наоборот, в 1920 году в 549 городах выходили конкурирующие газеты, а в 1945 году — лишь в 117. В процентном отношении эта картина выглядит еще непригляднее. В 1945 году из всех городов, где издавались газеты, конкурировали между собой лишь газеты 8,4 процента городов (примерно один из двенадцати городов)»

Эта усиливающаяся концентрация дополняется сосредоточением в одних руках радиостанций и газетных издательств.

«Увеличивается число случаев совместного владения радиостанциями и газетными издательствами. Около одной трети всех радиостанций в Соединенных Штатах контролируется газетами, а количество заявок на лицензии для широкоэвещательных радиопередач, полученных до настоящего момента, еще более высоко».

Комиссия путает это явление с бессмысленной болтовней о том, будто бы «монополии в строгом смысле слова, подразумевающей единый контроль над всей текущей информацией, поступающей в данный район», не существует. Но в этом заявлении нет не только строгого, но нет вообще никакого смысла. Это словесная чепуха. В строгом смысле это осуществляемый одной группой контроль над частью целого, достаточный для обеспечения возможности махинаций на рынке или в области цен, осуществляемых в интересах данной группы. Как говорит Дженкс, «нет необходимости в установлении полной монополии».

«Самое ближайшее подобие [местной монополии. — Дж. М.]... это унитарное владение собственностью в одном районе... Девяносто два процента всех населенных пунктов нашей страны, то есть все населенные пункты, кроме главных городов, имеют лишь одну местную газету каждый. В сотне небольших населенных пунктов единственный владелец газеты владеет и единственной радиостанцией».

Таким образом, утверждение, что «это создает местную монополию на информацию», является такой же бессмыслицей, как и путаное определение, из которого оно вытекает. Для доказательства существования «монополии на информацию» я совсем не буду приводить цифровых данных о положении на местах. Меня не интересует, распространяют ли двенадцать газет каждого района свои плохо отредактированные версии сообщений Ассошиэтед Пресс, или же «Нью-Йорк Таймс» полностью уничтожает их и заставляет всех нас читать ее собственную высокопарную версию тех же сообщений. Как отмечает сама сенатская комиссия, источником этих

сообщений всегда являются Ассошиэйтед Пресс, Юнайтед Пресс и Интернэйшнл Ньюс Сервис.

«Из 1 750 сохранившихся ежедневных газет общего назначения, выходящих на английском языке, 95 процентов (на которые приходится 99,8 процента общего тиража ежедневных газет) пользуются услугами одного или более из указанных трех основных информационных агентств», — говорится в докладе.

Для доказательства существования «монополии на информацию» местные цифры не имеют никакого значения. Мы уже видели, как фабрикуется информация. Безразлично, один ли торговец или пять продают в розницу стандартизованную информацию, изготовленную и продающуюся оптом монополией. Смысл цифр состоит лишь в том, что фактические монопольные условия, которые мы наблюдали во всей газетной промышленности Соединенных Штатов, теперь находят свое отражение и на местах. Сокращается даже число торговцев, что отражает общую тенденцию к концентрации и централизации. Разумеется, явления, наблюдаемые в газетном мире, имеют место и во всей печати.

### *Глава тридцать вторая*

#### **КОНЕЦ НАЧАЛА**

Спросите министра почт и сенатскую комиссию по делам мелких предприятий, существует ли журнальная монополия. Поинтересуйтесь также конфиденциальным мнением журнала «Лайф». Затруднительное положение министра почт состоит в том, что он должен ежегодно пересылать огромное количество журналов по убыточным тарифам, а затем пытаться убедить конгресс (который ассигнует на это средства) покрыть дефицит. Задача комиссии по делам мелких предприятий состоит в том, чтобы убедить конгресс принять эту политику поощрения «распространения информации», но сама комиссия лишь поддерживает и субсидирует... журналы «Лайф», «Сатердейвнинг пост» и «Ридерс дайджест», стремящиеся удушить мелкие издательства.

В 1945 году министерство почт понесло убыток на пересылке периодических изданий в сумме 106 926 780 дол-

ларов. Когда сенатская комиссия, занимавшаяся изучением положения мелких газет, запросила некоторые данные относительно распределения этой суммы между крупными и мелкими изданиями, она обнаружила, что министерство почт обычно не проводит в своих отчетах такого разграничения. Поэтому данные, составленные министерством для комиссии, являются, повидимому, единственными в своем роде это данные за второй квартал 1946 года по пятнадцати ведущим журналам.

Вес этих пятнадцати журналов при пересылке их по почте составил 123 889 752 фунта, или значительно более одной трети всех грузовых отправок министерства почт, исчисляемых в фунтах (36,64 процента), что приносило министерству около 30 процентов всех его доходов. Один только «Лайф», почтовые отправления которого весят свыше 35 миллионов фунтов, составляет больше 10 процентов почтовых перевозок. Далее следуют «Сатердей ивнинг пост» — 23 миллиона фунтов и «Кольерс» — 13 миллионов фунтов.

Но журналы фактически представлены немногочисленными крупными компаниями, из которых каждая издает целый ряд журналов. В номенклатуре министерства почт за журналом «Лайф» следует «Тайм». Тираж их обоих (по весу) составляет почти одну восьмую общего объема почтовых отправок министерства почт; при этом два других издания Генри Люса — «Форчун» и «Аркитекчурал форум» — в расчет не приняты. «Форчун» и «Аркитекчурал форум» — ежемесячники с ограниченным тиражом, но очень большие и громоздкие, что значительно увеличивает вес перевозок. Стоимость пересылки субсидируемых периодических изданий обходится министерству почт в четыре раза выше тарифа. Во втором квартале 1946 года «Тайм» и «Лайф» уплатили за пересылку своих тиражей по почте миллион долларов, что составляет 4 миллиона долларов в год, причем министерство почт теряет на этой операции 12 миллионов долларов! Деньги, взимаемые с вас в форме налогов, попадают в карман Генри Люса, это такие суммы, которые позволяют Люсу финансировать его расходы на приобретение бумажных фабрик и субсидировать продажу его журналов ниже себестоимости. И все это делается для того, чтобы подавить конкуренцию и пожинать золотой урожай.

«Убытки от пересылки этих пятнадцати журналов, за которую уплачивается ежегодно 10 миллионов долларов в качестве почтовых расходов, составляют примерно 30 миллионов долларов, или от одной трети до одной четверти возможных убытков, связанных с пересылкой по почте периодических изданий второй категории, отправляемых всеми издателями», — добавляет комиссия.

Между прочим, следует отметить, что наряду с несколькими массовыми журналами кучка «распространяемых по всей стране газет (таких, как «Чикаго трибюн» и «Нью-Йорк Таймс») составляет значительную часть почтовых отправлений второй категории и почти такую же часть почтовых поступлений», а значит, и убытков.

К несчастью, подобное субсидирование не создает чудесной конкуренции и ее сладкого плода — разнообразия, которое нам сулит г-жа Рузвельт. В действительности субсидирование приносит так мало результатов в смысле разнообразия, что комиссия по делам мелких предприятий предлагает теперь предоставлять льготные тарифы только в тех случаях, когда они обеспечивают желаемые результаты. «Впредь основой для определения тарифа должна служить степень разнообразия и конкуренции».

Составленный министерством почт список пятнадцати ведущих журналов дает некоторое представление о фактическом положении в области издания журналов, где господствует несколько могущественных издателей, владеющих собственными бумажными фабриками и распространяющих свою власть на дюжину различных отраслей экономики. Ибо все они, кроме «Ридерс дайджест», «Лук», «Либерти» и «Америкэн хоум», сгруппированы по два и по три, как издаваемые одной компанией. Журнальное издательство «Кроуэлл — Кольер» — с журналами «Кольерс», «Америкэн мэгэзин», «Вуменс хоум ком-пэньон»; издательство «Кэртис паблишинг Компани» — с журналами «Сатердей ивнинг пост» и «Лэдис хоум джорнэл»; «Херст мэгэзин» — с «Космополитэн» и «Гуд хаускипинг»; «Маккол корпорейшн» — с «Редбук» и «Маккол»; «Тайм инкорпорейтед» — с уже упомянутыми двумя журналами.

Конечно, многие из этих компаний в настоящее время имеют и другие издания, не указанные в составленном

министерством почт списке ведущих пятнадцати журналов, так как после войны тираж журналов колоссально увеличился и теперь этот список включал бы многие другие компании. Особого упоминания заслуживает «Ридерс дайджест», тираж которого составляет примерно 8,5 миллиона экземпляров плюс 1,5 миллиона изданий на испанском, португальском, шведском, арабском, датском и финском языках, причем все они, кроме финского, превышают по тиражу любые местные издания в соответствующих странах.

Комиссия по вопросу свободы печати отмечает далее, что даже среди крупных издательств и больших компаний наблюдается дальнейшая концентрация промышленности по принципу иерархии, типичному для монополии. Господствует «большая пятерка» — пять компаний, перечисленных в списке министерства почт. В докладе комиссии отмечается:

«В число гигантов следует включить также группу сельскохозяйственных периодических изданий Кэппера и принадлежащий другому владельцу журнал «Фарм джорнэл», общий тираж которых превышает 6 миллионов экземпляров».

Среди издательств, не входящих в число гигантов, насчитывается примерно сто пятьдесят негритянских ежедневных и еженедельных газет, которые не подверглись значительным изменениям, хотя за последнее время мне пришлось прочесть небольшие заметки, где сообщалось о слиянии некоторых из них и о переходе других в руки белых.

Может быть, источник, снабжавший сведениями комиссию, и не виновен в этом, но заключение комиссии о другой стороне журнальной монополии — о создании «империи» средств массовой информации, то есть о распространении деятельности этих компаний на другие области печати, — имеет странный привкус. Комиссия упоминает имя хозяина Генри Люса, но не делает никаких попыток разъяснить, что если Люс и не находится на вершине иерархической лестницы монополистов, то, во всяком случае, занимает он очень высокое место. Комиссия чудовищно искажает факты, ставя знак равенства между предприятиями Люса, Коулса и Маршалла Филда, называя все три «могущественными объединениями, действующими в различных областях».

Коулс — издатель одной газеты в Миннеаполисе, трех ежедневных газет на Среднем Западе и журналов «Лук» в «Куик», а также владелец четырех радиостанций — отнюдь не ровня Люсу, однако он значительно могущественнее Филда. Тем не менее комиссия заявляет:

«Маршалл Филд владеет двумя ежедневными газетами, выходящими в крупных городах, четырьмя радиостанциями, сельскохозяйственным журналом и воскресным журналом — приложенным к газете, который используется более чем сорока газетами. Он имеет также контрольный пакет акций крупного книгоиздательства и связанной с ним компании по переизданию книг».

Это отвратительное раболепие. Мы уже видели, что представляет собой «влияние» Филда в «крупных городах», и поэтому не будем касаться остальной части его «империи». Что же касается Люса, то будет весьма полезно привести некоторые цифры относительно его доходов от рекламы, которые, как ни курьезно, отсутствуют в докладе комиссии. По официальным данным, в 1952 году, как и в предыдущие годы, «Лайф» и «Тайм» занимали соответственно первое и третье места по доходам от рекламы (второе место также в течение многих лет неизменно принадлежало «Сатердей ивнинг пост»):

«Лайф» . . . . .	92 897 749	долл.
«Сатердей ивнинг пост»	75 331 623	»
«Тайм» . . . . .	32 664 222	»

В том же году другие двенадцать журналов получили свыше 10 миллионов долларов каждый; их общий валовой доход составил примерно 400 миллионов долларов. Согласно данным справочника «Стэтистикал эбстрэкт оф Юнайтед Стейтс» за 1952 год, в 1951 году журналы получили лишь 8,6 процента каждого доллара, затраченного на рекламу, то есть в целом 562 300 тысяч долларов. Таким образом, реклама лучше, нежели уклончивые заявления комиссии, показывает, кто и над кем господствует в журнальном деле. «Империя» имеет значение в том случае, если общий тираж ряда изданий способствует установлению господства над какой-либо областью рынка (например, над покупкой бумаги для журналов), косвенно обеспечивая достижение главной цели (получение дохода от рекламы):

«Теперь мелкие издатели жалуются на то, что гигантские концерны, такие, как «Тайм», «Лайф» и «Кэртис», пользуются преимущественным правом на покупку газетной бумаги и типографского оборудования по долгосрочным контрактам».

Совершенно верно. В результате такого преимущества доходы «Тайм» и «Лайф» измеряются кругленькой суммой в 130 миллионов долларов, тогда как доходы всех журналов составляют менее 600 миллионов долларов. Один тонкий штрих завершает картину журнального мира. Это — процесс, возбужденный на основе антитрестовских законов против одной компании, которая полностью господствует в области оптовой продажи журналов. В июле 1952 года «Америкэн ньюс Компани» и ее дочерней компании «Юнион ньюс Компани» был предъявлен иск. Дочерняя компания является важным сбытовым каналом для основной компании, но монопольная сущность этой системы состоит в том, что «Америкэн ньюс Компани», имеющая четыреста филиалов, контролирует снабжение журналами 95 тысяч из ПО тысяч газетных киосков в Соединенных Штатах. Любой человек, когда-либо имевший газетный киоск и получавший журналы, которые «Америкэн ньюс Компани» приказывала ему брать, а из всех тех журналов, которые ему действительно хотелось бы получить, он имел лишь ту небольшую долю, которую оптовик соблаговолит ему предоставить, — такой человек хорошо знает, что такое монополия. «Америкэн ньюс Компани», осуществлявшая эту диктатуру в течение почти целого столетия, так отвечает на предъявленные ей обвинения: как смеет правительство предлагать какие-либо изменения в «отношениях, которые существуют вот уже восемьдесят четыре года»?

В области книгоиздательства комиссия отмечает существование «большой пятерки», но добавляет, что фактически существует «один большой туз» — издательство «Даблдей — Доран», издавшее в 1945 году 40 миллионов томов и получившее примерно 30 миллионов долларов дохода. Упоминается также издательство «Макгроухилл», которое издает примерно четверть всех технических книг в стране и господствует в области издания профессиональных журналов. Но в докладе комиссии факты не систематизированы. К счастью, и в данном случае

антиitrustовский процесс дает нам более свежие сведения.

В июле 1951 года было начато судебное преследование шести фирм: «Даблдей энд Компани», «Хаутон Мифлин Компани», «Литтл, Браун энд Компани», «Харпер энд бразерс», «Рэндом хаус» и «Саймон энд Шустер», а также двух ведущих книжных клубов, которые «извлекали прибыль» из своей «незаконной деятельности», направленной на устранение конкуренции. Конечно, этот процесс вскрывает далеко не все. Указанные два клуба и шесть издательств составляют весь книжный рынок — остальным достаются лишь объедки. Клубы представляют собой гигантский рекламный механизм и автоматический рынок предварительной (по обязательству) продажи определенной доли ежегодной продукции шести издательств, а сотрудничество крупных издательств обеспечивает книжным клубам возможность осуществлять в широких масштабах прибыльные операции с книгами. Эти два клуба и шесть издательств не только получают от потребителей больше долларов за книги, чем они получали бы в ином случае, но рэкетеры книжных клубов, кроме того, направляют все эти доходы в свой карман, оставляя для остальных книгоиздательств очень мало.

Издание книг в бумажных обложках, осуществляемое в течение последних нескольких лет, является яркой иллюстрацией того, как власть монополий в одной области обеспечивает им возможность внезапно вторгаться в другие области. Издательство «Кэртис», которое, кроме «Сатердей ивнинг пост» и «Лэдис хоум джорнэл», издает такие крупные журналы, как «Кантри джентльмен» и «Холидей», в настоящее время занимает одно из первых мест по изданию книг в бумажных обложках. Расследование, проведенное особым комитетом по вопросу о порнографической литературе, вскрыло, что издательство «Бэнтем бук» принадлежит Кэртису и выпускает от 35 до 40 миллионов книг в год.

Комиссия посвятила специальный том радио. Его содержание может быть резюмировано в нескольких словах в этой области существует тенденций монополии такая же, как и в других сферах, но господство над продукцией (то есть радиопередачами) со стороны рекламирующих фирм здесь значительно сильнее, чем это имеет место в газетах.

Что касается кино, то антитрестовские законы и здесь снабжают нас новейшими данными.

«Восемью основными кинокомпаниями являются: «Метро — Голдвин — Мейер», РКД «Уорнер бразерс», «Парамоунт пикчерс» и «Твентис сенчури Фокс филм корпорейшн», которые выпускают, распределяют и демонстрируют фильмы, «Колумбия пикчерс» и «Юниверсал пикчерс», которые только выпускают и распределяют фильмы, и «Юнайтед артист», которая распределяет фильмы для группы независимых кинокомпаний и демонстрирует фильмы в Англии.

Примерно пятая часть кинотеатров США связана с пятью производящими кинокомпаниями, входящими в число восьми основных кинокомпаний. Под контролем основных восьми компаний находятся кинотеатры, расположенные в самых населенных районах городов; эти кинотеатры, показывающие самые длинные программы и взимающие самую высокую плату, посещает наибольшее число зрителей».

Принудительное отделение владения кинотеатрами от производства фильмов не внесло никаких изменений. В 1953 году, для которого характерна тенденция к стереоскопическим кинофильмам, те же кинотеатры, входящие в объединения, снова заключают контракты с той или иной «основной» компанией. Кроме того, установка той или иной кинопостановочной фирмой соответствующей стереоскопической аппаратуры исключает в дальнейшем возможность показа фильмов, выпущенных другими фирмами. Что же касается содержания кинопродукции, то все мы смотрим одну и ту же дрянь, так что здесь нечего добавить.

Нет никакого смысла нагромождать цифры. Средства массовой информации представляют собой одну крупную монополию. Комиссия по делам мелких предприятий категорически заявила: «Конкурентная печать вымирает...» А относительно самого характерного, типичного и могущественного вида печати — газет она добавила:

«Это — отрасль промышленности, где, бесспорно, существует непосредственная связь между экономической и политической властью».

И все же комиссия ничего не предложила предпринять в этом отношении. Наоборот, она заявила:

«Сама печать заслуживает высокой похвалы за ту бдительность, с которой она сопротивлялась любым попыткам правительства повлиять на ее содержание».

Обнаружив, что фактически свобода отсутствует и что существует только монополия, подавляющая конкуренцию, в то время как информация перемалывается этим денежным жерновом, комиссия не предлагает серьезных оздоровительных мероприятий. Политики боятся дикого воя прессы. Достаточно сделать робкий намек на то, что некоторые отрасли промышленности незаконно присвоили себе статус «предприятий общественного обслуживания», чтобы печать обрушилась на виновного с обвинениями в «коммунизме».

Так оно буквально и есть. Именно этот намек, содержащийся в докладе комиссии — и даже не намек, а кем-то когда-то высказанное предположение, — вызвал неистовую реакцию печати. И именно Кент Купер кричал: «Коммунизм!» В цитированной выше речи, произнесенной Купером в Вильямсберге, он заявил:

«Они выступили с инсинуацией, в которой утверждалось, что может оказаться необходимым, чтобы у власти стояла такая политическая партия, которая определила бы, какую информацию народ нашей страны должен получать через печать.

Этот метод, на который намекает комиссия, означал бы, что нам должна быть навязана разновидность русско-советской концепции контроля над печатью с целью усовершенствования нашей системы...»

А какова наша система? Разрешите мне привести последнюю фразу цитаты:

«..что ответственность за печать должно нести правительство, а не отдельные лица (как это имеет место сейчас), которые печатают то, что, по их мнению, народ имеет право читать».

Что и говорить, сказано откровенно! Монополисты не только «печатают то, что, по их мнению, народ имеет право читать». Ведь даже намек на то, что мы, миллионы американцев, не владеющих типографскими машинами, должны иметь право голоса в этом вопросе, квалифицируется как «коммунизм». Тысяча владельцев — а в пределах этого узкого круга всего лишь сто, пятьдесят или даже дюжина владельцев — решает вопрос, что

именно вся гигантская машина массовой информации должна довести до нашего сведения и что скрыть от нас. И одно лишь упоминание о том, что маленькая кучка людей обладает слишком большой властью,— это «русско-советская концепция», часть той дьявольской системы, которую мы даже сейчас готовимся стереть с лица земли ценой, если это необходимо, третьей мировой войны.

Таким образом, вышесказанное является ответом на подразумеваемый вопрос, лежащий в основе настоящего исследования: «Что такое свобода печати?» В условиях, когда печать принадлежит частным владельцам, существует как коммерческое предприятие, ставящее своей целью извлечение прибыли, система печати в Соединенных Штатах Америки, так называемая «свободная печать», является самой могущественной, самой централизованной и самой опасной монополией, какую когда-либо знал мир. Это промышленная монополия, не уступающая крупнейшим промышленным монополиям. Кроме того, это почти абсолютная монополия над мышлением американцев!

## ПОСЛЕСЛОВИЕ К ПРЕДИСЛОВИЮ

Остановите печать! Сама жизнь настоятельно требует этого. Все дискуссии будут чисто академическими, если мы не остановим кампанию за разжигание войны и не восстановим относительно здоровую атмосферу, существовавшую перед началом «холодной войны». Остановите печать! Именно тысяча владельцев, а может быть и сотня, полсотни или всего двенадцать, создают Форрестов и маккарти, макартуров и Эйзенхауэров. В этом состоит вся суть ханжеского надувательства, именуемого «свободой печати».

Но как остановить печать, как восстановить мир и вернуться к здравому рассудку? И что дальше? Чтобы попытаться ответить на эти вопросы, мы, конечно, должны обладать значительно большими познаниями об этом мире, чем можно почерпнуть из данной книги. Вот почему сама эта книга является только предисловием.

Заметьте, что мы ограничились лишь анализом характера и структуры самой печати в отрыве от всего другого—печати как категории, стоящей, так сказать, вне общества. В этих узких рамках наш анализ, приоткрыв завесу, сотканную из привычных положений претенциозной морали, обнаружил жадную банду спекулянтов информации, безжалостных конкурентов, борющихся за господство на рынке. Вместо распространения просвещения, которое должно было бы явиться конечным результатом распространения печатного слова, мы обнаружили стандартизацию, унификацию, подмену информации сенсацией. Сама конкуренция оказалась соперничеством торговцев, вынужденных предлагать больше товара за те же самые деньги, потому что все они продают

товар одного сорта. И их товар — «слова и образы, находящиеся сбыт на рынке», — в свою очередь, представляет собой не что иное, как такой же товар, как, скажем, мыло или сталь.

И все же, купив этот товар, мы находим, что это, в конце концов, не простой товар. В самом *деле*, это весьма своеобразный, единственный в своем роде товар, таинственные свойства которого отличают его от мыла или стали: *он проникает в наш мозг, воздействует на наше мышление и поведение!* Вот где возникает вопрос жизни или смерти, войны или мира. Поэтому сейчас мы лишь приступаем к исследованию этого вопроса по-настоящему!

Внезапно был выкинут какой-то ошеломляющий фокус. Владельцы — это бизнесмены, установившие монополичный контроль над механизмом печати. Управляя печатью как бизнесом, они превратили ее в монополию, в газетную монополию, внешне не отличающуюся от стальной или мыловаренной монополии. И все же каким-то образом появляется разница: на какой-то ступени процесса происходит неуловимое и невидимое химическое превращение. Как *владельцы* издатели призвали на помощь принцип «свободного предпринимательства» с целью предотвратить всякое ограничение своего господства в газетной промышленности. Как *издатели* эти же владельцы провозглашают тот же самый принцип под псевдонимом «свободы печати» с целью добиться совершенно противоположного права — права решать, что должны читать и, следовательно, думать десятки миллионов не-владельцев. Их материальная монополия превратилась в психологическую монополию; их право на неограниченный контроль над своей собственностью превратилась в право на неограниченный, нерегулируемый и произвольный контроль над вашим и моим мышлением.

Таким образом, благодаря характеру своего своеобразного товара газетная монополия обладает совершенно иной и значительно большей властью, чем власть мыловаренной монополии или даже монополии, производящей вооружение. Газетная монополия парализует нашу способность вмешиваться в вопросы государственной политики и в решения правительства, касающиеся государства, которые принимаются якобы в результате

демократической консультации с массами. Один из крупнейших современных «лордов прессы» сказал:

«Я полагаю, что немногие, кроме меня, имеют какое-либо представление об огромной, почти непобедимой власти и силе ежедневной печати. Я — один из тех, кто считает, что печать — по крайней мере в Америке — правит страной. Она управляет политикой страны, ее религией и общественной жизнью».

(Е. У. Скриппс, Проклятый старый чудак.)

Вот почему мы должны переключаться с абстрактного исследования печати на изучение ее в конкретных условиях реальной действительности, подходя к этому вопросу с точки зрения взаимоотношений печати с обществом. Здесь мы столкнемся со сложными проблемами: со связью между хозяевами газет и хозяевами вообще; с ролью хозяев как правящего класса капиталистического общества; с государством как орудием этого господства; с взаимоотношениями между печатью и государством. Все это запретные темы, и некоторые из употребленных мною слов, как, например, «капиталистический», сегодня, во времена инквизитора Маккарти, запрещены в США. Говорить о «господствующем классе» или — что еще хуже — намекать на столкновение интересов между капиталистом и рабочим (то есть на «классовую борьбу») — значит проповедовать чистый марксизм и, следовательно, готовить заговор в целях свержения правительства. Поэтому я не произношу этих слов. Я просто цитирую высказывания капиталиста Эдуарда У. Скриппса — основателя газетной «империи» Скриппс — Говард, — который не дождался «холодной войны» и которому поэтому можно простить употребление непристойных слов.

Будучи, по собственному признанию, «одним из тысячи богатейших людей в Соединенных Штатах» и одним из пятидесяти человек, способных совместно «абсолютно править нашей страной, если бы они этого захотели», Скриппс никогда не терял времени на лицемерную демагогию в стиле Кента Купера. Владея газетными предприятиями, составляющими (по его собственным подсчетам) одну десятитысячную долю всего национального богатства Соединенных Штатов, Скриппс смеялся над утверждением, что печать, будучи Большим бизнесом, может якобы представлять собой нечто большее, чем отражение предрассудков Большого бизнеса, чем рупор

Большого бизнеса, чем лидер Большого бизнеса. На заданный ему вопрос: «Возможна ли честная журналистика?», он ответил вопросом: «Почему ежедневная печать Соединенных Штатов почти исключительно принадлежит капиталистам и почему ее практическая деятельность почти неизменно плутократична или бесчестна? Мне очень легко ответить на этот вопрос. В мире нет более денной и реальной собственности, чем преуспевающая газета. В любом районе стоимость имущества газеты, пользующейся самым большим успехом, вероятно, выше стоимости собственности любого другого делового предприятия этого района... Нельзя владеть газетой стоимостью в несколько миллионов долларов, не владея также собственностью, составляющей много миллионов долларов. Газета не может быть очень крупной и преуспевающей, если она не будет стоить несколько миллионов долларов. Поэтому преуспевающий издатель обязательно является капиталистом».

Богач — естественный враг бедняка; между капиталистом и рабочим неизбежно существует антагонизм (так говорит богач и капиталист Скриппс).

«Само по себе наличие богатства у одного человека и отсутствие такого богатства у другого ведет к тому, что эти два человека придерживаются различных, а зачастую и диаметрально противоположных взглядов на весьма многочисленные так называемые «вопросы морали». Богач и бедняк почти всегда расходятся во взглядах по вопросу об имущественных правах. Это особенно относится к вопросу о разделе и присвоении соответствующей доли прибыли, полученной в результате совместных усилий труда и капитала».

Итак, налицо два соперника с противоположными интересами. Они вступают в конфликт и должны вынести свои противоположные взгляды на суд общественности. Но как? Через печать, принадлежащую одной из спорящих сторон!

«Что можно подумать о бедняке, который, возбуждив судебное дело против богача, разрешил своему богатому противнику нанять защитников для обеих сторон и оплатить гонорар защитника бедняка? Тем не менее именно так поступают менее состоятельные люди в Соединенных Штатах при каждом столкнове-

нии между трудом и капиталом, когда дело выносится на суд общественного мнения».

Капиталисты — это не просто отдельные личности, это класс, социально-экономический элемент. Хозяева печати являются членами этого класса, представителями этой социальной категории.

«Между капиталистами любой местности, района или страны существует не только общность интересов, но и общность социальных симпатий. Преуспевающий журналист, когда он издает свою собственную газету, является богачом и капиталистом в силу необходимости. Его коллеги также неизбежно являются капиталистами... Социальный капиталистический класс быстро кристаллизуется, превращаясь в социальную касту...»

Интересы этого класса, особенно *американского* капиталистического класса, распространяются на весь мир и находятся в противоречии с интересами миллиардов неимущих во всем мире. И все же именно из американской капиталистической печати мы получаем «информацию» об этом конфликте. Чтобы понять и истолковать информацию, поставляемую печатью, мы, повидимому, должны выяснить, какие именно международные интересы этого класса она *выражает* и *как* именно эти интересы затрагивают интересы народов Азии, Африки, Европы и обоих американских континентов.

Когда мы изучим вопрос достаточно глубоко, чтобы понять, *почему* печать не может и не хочет правдиво излагать хронику событий нашего времени, то обнаружим, что настоящий том, в конце концов, не является вступительным в полном смысле слова. Изучая характер и структуру печати, мы одновременно выясняли подлинный характер и структуру реального мира, нашей реальной планеты, мира страдающих людей, которые изобличают во лжи официальную теорию, изображающую действительность такой, какой она является для героя «комиксов» Дика Трэйси. Но даже теперь мы не отворачиваемся от печати, от этой карикатуры на жизнь, чтобы узнать самую жизнь. Напротив, мы знакомимся с ней ближе. Если раньше мы анализировали печать в общем историческом плане, то теперь мы подходим к ней вплотную и всматриваемся в страницы сегодняшней газеты. Мы должны заставить печать сбросить маску и в

той карикатуре, которую она нам преподносит, должны разглядеть очертания реального мира. Если мы сможем сделать это, мы сможем предсказать и будущее, заглянуть в завтрашний день.

Но как это осуществить? Посредством какой неизвестной нам формулы? Раскрыв эту формулу, вы будете только удивляться, почему вы до сих пор не замечали ее — настолько она проста, очевидна и неприкрыта, настолько бросалась в глаза! Суть дела в том, что воображаемый мир, созданный печатью с целью подтверждения теории г-на Даллеса, в конечном итоге не является и не может быть воображаемым. Он отражает настоящий мир, но отражает его вверх ногами! То, что мы видим в кривом зеркале печати, является искаженным изображением реальной действительности. Нам остается только устранить искажение (а это не так уж трудно), и сама печать укажет нам правильные очертания современного мира, населенного миллиардами людей, завершающими борьбу, которая длится уже несколько тысячелетий, и тем самым покажет подлинные очертания будущего мира.

Короче говоря, мы должны заставить тех людей, которые состряпали страшную сказку о мире, преследуемом кошмарами — злыми русскими коммунистами, — признать, что моя версия, абсолютно противоположная их версии, соответствует истине. И мы заставим ту самую печать, которая путем постоянных назойливых повторений придала правдоподобие своему невероятному вымыслу, сделать мою работу за меня, то есть написать историю «Ближайшего столетия».

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Вступительная статья . . . . .	3
Введение . . . . .	15
Предисловие к предисловию . . . . .	19

### Часть первая

#### **Когда на ваше плечо ложится рука полицейского**

<i>Глава первая.</i> Свобода, но . . . . .	31
<i>Глава вторая.</i> ...под надзором частного осведомителя . . . . .	34
<i>Глава третья.</i> «Преследуют меня без злобы...». . . . .	37
<i>Глава четвертая.</i> Прибежище подлеца . . . . .	42
<i>Глава пятая.</i> Суд без правосудия. . . . .	46
<i>Глава шестая.</i> Свободное предпринимательство. . . . .	48
<i>Глава седьмая.</i> Мелкие издатели. . . . .	54
<i>Глава восьмая.</i> Школа освобождения от знаний. . . . .	62

### Часть вторая

#### **Печать свободна.. если вы платите наличными**

<i>Глава девятая.</i> Неизбежное зло. . . . .	68
<i>Глава десятая.</i> Нет леса — нет свободы. . . . .	72
<i>Глава одиннадцатая.</i> Где же тут романтика?. . . . .	75
<i>Глава двенадцатая.</i> Мелкота — в сторону!. . . . .	82
<i>Глава тринадцатая.</i> Вести игру может всякий. . . . .	88
<i>Глава четырнадцатая.</i> «Болельщики». . . . .	98

### Часть третья

#### **Принципы и прибыли**

<i>Глава пятнадцатая.</i> Элеонора и я. . . . .	107
<i>Глава шестнадцатая.</i> Моралистическая чушь. . . . .	114

<i>Глава семнадцатая.</i> Ваш покорный слуга . . . . .	125
<i>Глава восемнадцатая.</i> Бизнес есть бизнес . . . . .	133
<i>Глава девятнадцатая.</i> Небеса и история . . . . .	138
<i>Глава двадцатая.</i> Количество вместо качества . . . . .	147
<i>Глава двадцать первая.</i> Мясорубка . . . . .	151
<i>Глава двадцать вторая.</i> «Человек кусает человека» . . . . .	159
<i>Глава двадцать третья.</i> Почти безупречная информация . . . . .	168
<i>Глава двадцать четвертая.</i> «На рынок, на рынок!» . . . . .	179
<i>Глава двадцать пятая.</i> Искусство рекламы . . . . .	184

## Часть четвертая

### Просто монополия

<i>Глава двадцать шестая.</i> Миллионы Маршалла Филда . . . . .	192
<i>Глава двадцать седьмая.</i> Нужен Дик Трэйси . . . . .	197
<i>Глава двадцать восьмая.</i> Неравноправное голосование . . . . .	208
<i>Глава двадцать девятая.</i> «Ангелы-хранители». . . . .	215
<i>Глава тридцатая.</i> Круглые цифры . . . . .	220
<i>Глава тридцать первая.</i> «Чем выше, тем меньше...» . . . . .	229
<i>Глава тридцать вторая.</i> Конец начала . . . . .	237
Послесловие к предисловию . . . . .	247

Джордж Марион  
ОСТАНОВИТЕ ПЕЧАТЬ!

Редактор *Н. Я. Молчанов*  
Технические редакторы *Б. М. Ильин* и *А. Н. Никифорова*  
Обложка художника *И. М. Семенова*  
**Корректор *Е. К. Молякова***

Сдано в набор 11/XI 1953 г.  
Подписано к печати 18/I 1954 г.  
А 00556. Бумага 84X108<sup>1</sup>/<sub>32</sub>=4 бум. л.  
13,1 печ. л.  
Уч. издат. л. 13,6 Изд № 7/2167  
Цена 6 р 55 к Зак. 858.

---

Издательство иностранной литературы  
Москва, Ново-Алексеевская, 52  
20-я типография «Союзполиграфпрома»  
Главиздата  
Министерства культуры СССР.  
Москва, Ново-Алексеевская, 52.